

# 課題探求プロジェクト(基礎A)

2017年10月～11月

## 実施プロセス報告



## 目 次

はじめに .....	1
1. 授業実施準備 .....	4
2. 授業の進行 .....	11
3. (A～L班) レポート(事前学習・最終)の抜粋および公開プレゼン資料 .....	20
4. 最終報告会批評(峠岡伸行福井県経営者協会専務理事) .....	165
5. 成績評価の方法 .....	170
6. 授業終了後の学生アンケート結果 .....	173
おわりに .....	181

## はじめに

2016年4月に発足した福井大学国際地域学部は2年目の年度を終えつつあります。

この学部は、グローバル化と地域社会の停滞の中で、地域の企業、自治体、あるいは住民生活の現場が直面する複雑な諸課題に対して、解決の方向を探り新しい社会や地域の展望を示していくことに積極的にチャレンジする、「地域の創生を担い、グローバル化する社会の発展に寄与できる人材」の育成を目標としています。

カリキュラムの第一の特色は、1年次に全員集中的に英語の学習を行い、海外研修の機会も数多く提供することです。2年次からは、海外留学を必須とする「グローバル・アプローチ」と、留学を推奨するが必須とはしない「地域創生アプローチ」とに分かれます。

第二の特色は、1年次から3年次に設定される「課題探求プロジェクト（基礎A・B、I、II、III）」です。この「課題探求プロジェクト」は、少人数の学生チームが大学と地域の現場とを往還して学ぶ取組みで、学年進行に応じて以下のようにプログラムと到達目標が高度化されています。1年次は現場でのヒアリングを通じて社会現象や社会人の行動について「気づき」を得、2年次は1年間を通じたレクチャーと企業や自治体、課題の現場での体験や調査・ヒアリングを通して対象を分析的に理解する、3年次はやはり1年間にわたり具体的な課題を設定し、その解決のために従業員や職員と連携しながら企画の提案・実行・評価、ないし調査や試行を通じた解決策の提案に取り組みます。最終的には、こうした取組みの中で触発されたテーマについて専門的な学問分野に即した調査研究を行い、卒業研究につなげることとなります。

留学体験を含め常にグローバルな動きを意識的に学習させるプログラムと「課題探求プロジェクト」により、問題の探求とその解決、意思決定への思考を育むと共に、地域社会や地域の企業、自治体等の活動をリアルに理解し、自分の進路への意識とそれに適応する能力を獲得させることが当学部の人材育成の方針です。

ちなみに、本学部がこうしたカリキュラムを設定したのは、グローバリゼーションのもたらす地域社会への影響という時代の要請にあることはいまでもありません。しかしながら、もう一つ、近年大学に入ってくる多くの学生が、大学で学ぶ姿勢や社会で働いたり活動したりすることへの意識が必ずしも明確でないという理由があります。

現在、初等・中等教育の現場でも盛んにアクティブ・ラーニングが推奨され、また海外交流や社会の現場での学習が進められていますが、残念ながらまだまだ大学には、勉

強とは教科書を学ぶこと、社会とは目の前 10 センチの世界でしかない、という新入生がたくさん入ってきます。そういう学生たちは、往々にして、大学の勉強は与えられた知識の束を受動的に吸収することであり、何のために学ぶのか、学んで得たものを社会でどう生かしていくのかも自覚できないまま、あっという間に就活を迎え、はじめて社会の厳しさを知る、ということになります。最近、多くの大学が、「社会人基礎力」（「人間力」、「就業力」と呼ぶ場合もあります）の育成を教育目的の一つに掲げ、「学外の企業や自治体と連携した課題解決型学習」をカリキュラムの中に位置づけるようになってきているのは、大学の生き残り戦略という観点もさることながら、上述の学生の実状をどう打開するかが深刻な問題になっているからでしょう。

ただ、「学外の企業や自治体と連携した課題解決型学習」が広範に行われているといっても、実際にはその取組みにはさまざまな課題があることはいまでもありません。例えば、学外での学習やイベント体験は、学生にとって貴重な経験ではありますが、ややもすると学生たちには参加したという思い出が残るだけで、実際にその成長にどれほどの効果があったのかよくわからない、といった教員サイドの反省もよく聞かれます。また、授業の実施について企業側に丸投げのような状態になってしまい、大学の教員の熱意や努力に物足りなさを覚えるという協力企業からの不満もあちこちで生じているようです。

本学部での取組みも、こうした課題を意識して常に授業内容を精査していく必要があります。前者の、PBL が一過性の単なる通過儀礼に終わってしまう可能性があるという懸念に対しては、1つの授業の中で、あるいは学年進行の中で、絶えず「次に何をする？ どうする？」を学生に問いかけていく仕掛けを教員が作っていくことが必要だと考えています。また、後者の、企業の負担だけがが増えてしまうという批判に対しては、大学側で事前準備を入念に行い、さらに企業や自治体等の現場との間を往復する際に、学生の活動内容やその方向性の指導、必要な知識に関するピンポイントなアドバイスを小まめに行うことで、教員側の積極的な姿勢を示していかなければならないと思います。

さて、今回お届けするのは、2017年度の10～11月に実施した、1年生を対象とする「課題探求プロジェクト（基礎 A）」の報告です。昨年度の報告書は、学生たちの取り組みの概要をコンパクトにまとめた小冊子でしたが、今回は、学外からの求めもあり、この授業を実施するに当たり、教員側がどのように授業を構想し、どのように進めて行ったかを明確にすると共に、その中で学生たちの取り組みの流れと思考の展開がわかる

ような報告書にしました。また、福井県経営者協会の峠岡伸行専務理事には、長時間にわたり公開プレゼンテーション全体をご覧いただき、それぞれのチームに対して真摯な意見を披露していただきましたが、今回の授業における学生たちの到達できなかった点やこれからめざすべき点を的確にご指摘されたものでしたので、企業人、社会人の立場からのこの授業に対する批評として受け止め、あえて本報告書に掲載しました。

大部の報告書ですので、お読みいただくのは大変だとは思いますが、こうした授業の成果だけでなく、その課題なり限界なりを認識いただくと共に、国際地域学部に入学してくる学生の力量をぜひ客観的な目で評価いただき、今後の私どもの取り組みをご支援いただければ幸いです。

## 1. 授業実施準備

### ■授業の実施形態

この「課題探求プロジェクト基礎 A」は、10～11月（第3クォーター）の金曜3・4限に設定されている。学生を少人数（5～6名）から成る12のチームに分け、チームごとに地域で生じているさまざまな課題の現場や、企業・自治体等の具体的な現場を2回（2件）訪問する、そして、各チームは訪問先の事前調査、ヒアリング設計、事後分析を行い、報告会で学生自身の気づきや問題意識の洗い出しを行う、というものである。2件の訪問は、テーマを多面的に見るためと同時に、ヒアリング初心者である学生に、初回の経験を踏まえてヒアリングのやり方や内容の見直しをさせて、経験値を高めるためである。

学外に出かける以外は、教育学部1号館2階にある「コミュニティ・プラザ」でチーム毎にテーブルを組んで授業を行う。「コミュニティ・プラザ」は、グループワーク用に準備された部屋で、壁面にホワイトボードが固定して設置され、また可動式のホワイトボード、ポータブルのホワイトボード、グループワーク用の各種道具などが多数用意されている。

授業は地域創生アプローチを指導する教員の多くが共同で指導にあたる。2017年度の担当教員の名列と専門分野は下表のとおりである。

氏名	専攻分野
栗原知子	子ども環境学
飯田健志	経済学
生駒俊英	法律学
伊藤 勇	社会学
井上博行	情報工学
岡崎英一	会計学
木村 亮	経済学
田中志敬	社会学
月原敏博	地理学
中村友哉	経営学
横井正信	政治学

表にみられるように、各教員の専門分野は多岐にわたっており、また地域の課題を主たる研究領域としている教員は半数弱である。教員は各チームに2名ずつ担当教員として張り付くことになるが、ある程度の専門性を考慮に入れるものの、必ずしも当該チームのテーマについて熟知しているわけではない。また、教員の多くは複数チームを兼ねて担当するが、実際の授業においては、教室内を歩き回り担当外のチームのグループワークに対して、質問をしたりアドバイスをしたりする。

### ■授業の準備への着手

この授業の準備に取り掛かったのは、5月なかばである。担当教員は、並行して2年生の「課題探求プロジェクトⅠ」を4月から進めており、その進行スケジュールがようやく軌道に乗ったと思われた時期からの着手であった。

なお、この授業を受講する学生は全体で61名のうち女性が8割と、男女比で著しいアンバランスがあること、また福井県出身学生が6割強を占めていることはあらかじめ了解しておいていただきたい。

この授業は、昨年度に引続いて実施するものであるが、昨年度にお願いした企業・自治体等からかなり入れ替えて構想する必要があった。というのは、昨年度のヒアリング相手先は、本学部の設置の際に協力企業・自治体として名前をあげさせていただいた所を中心に選定したが、その中で、今年度は「課題探求プロジェクトⅠ・Ⅱ」にご協力いただく企業などにはご負担を考慮して、この「基礎A」から外す必要があったこと、また今後、この授業を継続するに当たっては、協力していただく企業・自治体等のすそ野を拡げていくことが不可欠であると考えたからである。一部、昨年度と同一テーマでお願いした所もあるが、同一テーマでも前回と異なる相手先であったり、同一相手先でも前回とは異なるテーマでお願いしたりもしている。

ちなみに、昨年度のヒアリング相手先は次ページのとおりである。

## 2016 年度（前回）のテーマとヒアリング先一覧

課題探求テーマ	ヒアリング先1	ヒアリング先2
福井の企業の海外事業展開①	フクビ化学工業	日華化学
福井の企業の海外事業展開②	前田工織	オリオン電機
企業等の人材育成①	福井県庁	セーレン
企業等の人材育成②	三谷商事	福井キヤノン事務機
女性活躍推進の取組み	福井県庁	福井銀行
商業地区の運営	福井ショッピングモール(エルパ)	まちづくり福井
伝統工芸品産業の取組み	土直漆器	滝製紙所
農産物の地産地消の取組み	ファームビレッジさんさん	JA福井喜ね舎
これからの観光業の課題	近畿日本ツーリスト福井支店	芦原温泉旅館協同組合
地域公共交通事業の課題	えちぜん鉄道	京福バス
若者の県外流出と対策	福井県経営者協会	福井県庁
まちなかの賑わいづくり	まちづくり福井	三国会所

5月なかばからの担当教員の会議では、今年度の新たなテーマ、ヒアリング先の検討から議論を始めた。それまでに、各教員は、新聞記事で情報を得たり、日常の行動の中で新たなヒアリング先にあたりをつけたりしていたが、会議の中では、①協力企業・自治体の中で、昨年度および今年度実施の2年生の課題探求プロジェクトでもお願いしていない企業、②国際地域学部の学生にとって関心が高いと思われるテーマ、③これからの社会にとって関心を持たずにいられないであろうテーマについて、検討を行った。

①では、地域マス・メディアへの依頼がこれまで少なかったもので、これを一つのテーマとしようということになった。②については、地域の産業への認識を深めるという観点から、眼鏡枠産業と伝統食品産業に焦点をあてる、またまちなかの賑わいとは真反対の過疎地区の問題を扱う、さらにグローバルという観点から地域に居住する外国人の問題を扱う。さらに③として、これからのビジネスに不可欠な ICT を用いた事業展開をテーマにする、ということで、こうしたテーマに即した企業、自治体を多数挙げ、ヒアリング先候補を絞っていった。

その上で、6月下旬から7月にかけて、ヒアリングの相手として希望する企業や自治体との交渉を行った。事前にアポイントメントを取った上で、各テーマの担当教員が可能であれば複数で先方に伺い、授業の趣旨、内容、実施時期等を説明した。ただ、ちょうどこの月は採用活動が解禁となる月であり、この授業の交渉先が人事関連の所であるケースも多く、アポイントメントが取りにくい所や電話、メールでの依頼に留まった所もあった。幸いすべての相手先から快諾を得ることができたが、電話、メールのみで依頼した相手先については、実施段階で意思疎通が十分でなかった所もあり、やはり、直接出向いてお話しをし、依頼することが重要であると思われる。



一つだけ、福井においてこうした授業を実施する上での地理的な問題点を指摘しておく。それは、相手先に出向くための交通手段である。都会でこのような授業を実施する場合には、公共交通機関が網羅されているため、移動は比較的容易であるが、福井では、とくに企業は郊外の自動車以外の交通手段がない所に立地しているケースが多い。さらに、学生は一年生であるため、自動車免許を持つ者は少なく、また自家用車の所有はまれである。併せて、公共交通手段を利用する場合も、交通費の負担に対して抵抗感が強い。こうしたことから検討段階で断念せざるを得ない相手先もあったし、実際、金曜日の午後の時間に往復できるかどうか、鉄道やバスの時刻表も事前に検討する必要があった。前回、今回については、COC+等の補助がありバスタクシーの利用が可能であったので、そのおかげで実施できた所もあるが、実はこの点がこうした授業の大きなネックであることはあえて記しておきたい。なお、遠方のヒアリング先へ行く際の公共交通機関の運賃については、些少ではあるが学部の後援会からの支援をあおいでいる。

さて、こうして決定した12のテーマと24のヒアリング先は、下表のとおりである。

### 2017年度（今回）のテーマとヒアリング先一覧

課題探求テーマ	ヒアリング先1	ヒアリング先2
福井の企業の海外戦略	セーレン(株)	(株)松浦機械製作所
企業・自治体の人材育成	福井鋌螺(株)	福井県人事企画課
女性活躍推進の取組み	福井労働局	損保ジャパン日本興亜(株)福井支店
大型小売店の経営戦略	(協組)福井ショッピングモール	ゲンキー(株)
ICTを用いた事業展開	(株)オールコネクト	(株)エクシート
ネット社会と地域マスメディア	(株)福井新聞社	福井放送(株)
地場産業の現状と課題	福井めがね工業(株)	(株)シャルマン
伝統食品産業の販売戦略	(株)米五	(株)室次
農産物の地産地消の取組み	(有)ファームビレッジさんさん	JA福井喜ね舎
まちなかの賑わいづくり	(株)まちづくり福井	(一社)三国会所
過疎地区の実態と地域づくり	福井市まち未来創造室	地域おこし協力隊員
居住外国人の問題と対策	武生市政策推進課	インターナショナルクラブ

#### ■大学教育入門セミナー

福井大学では、高校から大学への勉学方法の転換を助け、大学生活を健康かつ有意義に過ごすことのできるよう、学生諸君が自ら考え行動するためのヒントを与えると共に、大学生活の初期の段階で、所属する学部の課程・学科などの担当教員による指導を受け、自らの専門分野を自覚し、また、より広い視野をもって大学での勉学ができるようになることを目的として、1年前期に全学的に「大学教育入門セミナー」を実施している。国際地域学部では、学部ごとに実施する9回の授業のうち、後半5回を使ってグループ

ワークによる能動的な学習（アクティブラーニング）を体験することにしており、これが、課題探求プロジェクトのいわば助走期間という位置づけになっている。

今年度は、昨年度と同様に学生を数人のチームに分け、中心市街地（JR 福井駅前）の活性化に関して各チームにテーマを与え、テーマについての準備を踏まえて通行人や店員などにインタビュー調査を行い、その結果をプレゼンする、というものであった。

チームのテーマは、香川県高松市丸亀町商店街がそのホームページの中で紹介している同商店街の再開発の6つのコンセプトであり、この6つのコンセプトをテーマとして各チームに割り当て、各テーマの意味を学生同士で議論させ、そこで生まれた質問を街頭で行った。丸亀町商店街の再開発の6つのコンセプトは、以下のとおりである。

<p><b>①人間中心の再開発。ヒューマンな町を目指す。</b></p> <p>巨大で人工的な都市開発は、人をかえって疲れさせます。人にやさしく、持続可能なコミュニティ。私たちは、そんなヒューマンな町を目指します。</p>
<p><b>②町のイメージを共有し、美しい街並みをつくる。</b></p> <p>美しい街並みは大規模な開発によってではなく、たくさんの建物が協調し合ってできあがるものです。そのためには、個々の住民が街並みについて共通のイメージを持ち、まちづくりの主体としての能力を発揮することが不可欠となります。丸亀町商店街では、商店街全体で「デザインコード」（街並み形成のための自主規制ルール）に合意し、それを実現する形で各街区の地区計画を進め、高松の中心街にふさわしい美しい街並みを創出します。</p>
<p><b>③人が集う、にぎわいの広場を創出する。</b></p> <p>都市には、人々がお互いに触れ合うことのできるにぎわいが欠かせません。そのためには、人々が集まり出会う場となる「中心」が不可欠です。アメリカのダウンタウンやヨーロッパの都市の広場のように、都市計画の観点からも「中心＝広場」は街の機能として非常に重要です。日本には、ヨーロッパに見られるような広場はなく、商店街が単なる買い物の場を越えた暮らしの広場としての役割を果たしてきました。本市街地再開発では、高松市の中心街である丸亀町商店街のドームを中心に、市民の誇りとなり、外からの人を惹きつける「人が集う広場」を創出します。</p>
<p><b>④都心居住を促進。暮らしに近い機能を充実させる。</b></p> <p>バブル期の地価の高騰のため店主は町に住み続けることが困難となり、居住人口が100人を切った丸亀町は、「人が住める町」に生まれ変わろうとしています。業種の偏りを是正し、飲食店や日用雑貨店、生鮮市場など暮らしを支える機能を充実させ、買い物やサービスの利用をこの町ですべて済ませることができるような環境を整えます。また、すべての街区の上部を居住スペースにすることを、自主規制ルールのひとつとしています。居住人口の増加は、町に暮らしを取り戻し、活気ある街づくりを促進します。</p>
<p><b>⑤「楽しく、美しく、豊かな」ライフスタイルの創出。</b></p> <p>本再開発事業は、単なる商店街のリニューアルではなく、質の高いライフスタイルを提案できる町を目指します。食に関しては、地域の食材開発に積極的に取り組むレベルの高いレストランの導入や有機系のこだわり食材の市場運営など、地域の食文化を育むステージを用意します。また、いきいきとした地域社会を維持・強化するため、コミュニティを活性化させる施設をレベルアップさせ、市民活動を支える場所や機能を提供します。さらに、地域製造業者と連携したチャレンジショップや、若手起業家が活躍できるステージの創出にも取り組んでいます。</p>
<p><b>⑥コンパクトシティを目指して。</b></p> <p>本市街地再開発事業は、これからの日本にふさわしい再開発のあり方だと私たちは考えます。商店街は小企業が集まって形成され、そこに暮らす人々のために商品やサービスを提供してきました。大企業の利点である大規模流通や生産の仕組みは持ってませんが、一つの町として各店が助け合ってきた伝統があります。小企業が集積することで、多様な機能を創出し、それが有効に働いてきました。</p> <p>丸亀町商店街では、そのような伝統をベースに、その仕組みを大きくブラッシュアップして、今の時代に展開しようとしています。小さくて住みやすい町、高齢者にとって、女性や子供にとって、就業・文化活動・買い物・病院通いなどにも便利な町。そんな町になれば、本当に豊かな生活が実現できると思います。そんなコンパクトシティの実現を目指して、町の住民が自ら動く、それが丸亀町商店街の伝統であり、スタイルなのです。</p>

授業は金曜の1限に実施し、1、2週は中心市街地活性化問題の背景と課題についてのレクチャー、チームごとのテーマに関する議論、3週は金曜の午後から土日にかけてチームごとに街頭インタビュー、4、5週はプレゼンの準備と本番、という進行であった。

## ■チーム分けと事前学習資料の準備

「大学教育入門セミナー」の終了の際に、10~11月に開講される「課題探求プロジェクト（基礎A）」の授業スケジュールと12のテーマについて、文書を配布した上で説明した。そして、学生に対して、自分に取り組んでみたいテーマにつき、第1志望から第5志望まで書いて提出することを求めた。これは、できるだけ個々の学生の関心度の高いテーマに取り組ませたいからであるが、同時にチームの人数を平均化する必要があること、志望が集中した場合は第1志望から順に無作為抽選によって決めること、したがって志望順位の下位のテーマに決まったり、あるいは志望外のテーマに決まったりすることがあることを説明した。

9月初めの志望届提出の締切後、抽選を行った。第1志望で志望が多かったのは、「企業・自治体の人材育成」、「女性活躍推進の取組み」、「ネット社会と地域マスメディア」、「伝統食品産業の販売戦略」、「居住外国人の問題と対策」であった。これは、推測であるが、「企業・自治体の人材育成」、「女性活躍推進の取組み」は、就職への関心からであろう。「マスメディア」は学生らしいキラキラ感、「伝統食品産業」はこれも若者らしい食への関心、「居住外国人」はこの学部の学生の特性によるところであろう。

逆に第1志望が少なかったのは、「ICTを用いた事業展開」と「まちなかの賑わいづくり」であった。前者は、この学部の学生が文系志向であり、それも社会科学系というよりも文学部系に近い関心を抱く学生が多いので、SNSは別としてICT一般に苦手意識があるからかもしれない。また後者については、大学教育入門セミナーで中心市街地の問題は経験済みなので、別のテーマに取り組みたいと考えたからであろう。

第1志望で定員を上回ったテーマについては無作為抽選を行い、以下、第2志望、第3志望・・・と同様にしてメンバーを決めた。結果的に志望以外のところに決まった学生は若干名であった。

なお、この授業で一貫して強調しているのは、本来は学生には12のテーマ、24のヒアリング先すべてを体験してほしいが、時間的に無理である。したがって、他の班は自分の代りに取り組んでいると考えて、その取組みにも十分耳を傾けてほしい、ということである。

いっぽう、テーマの内容や背景、ヒアリング先の事業や業種の概要など、事前に学習するための資料について、教員が手分けして探す作業を並行して行った。自治体や企業等のホームページに掲載されている情報、行政機関の情報のように、本来は学生が自分

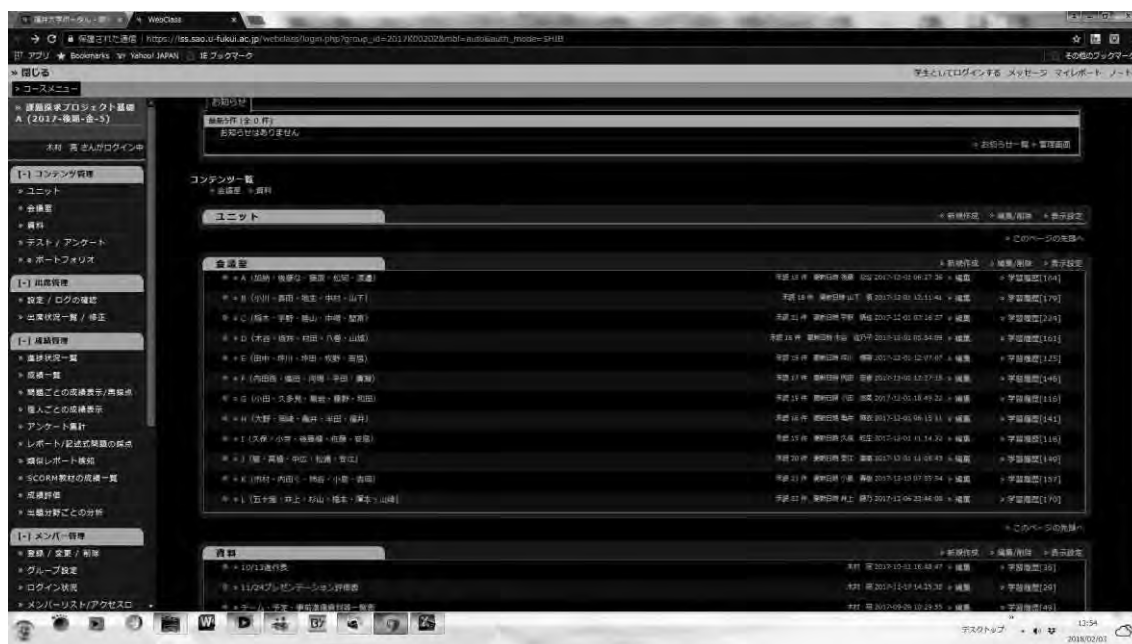
で探すことが望ましいものもある。しかし、授業開始後に情報収集の時間が十分にとれないことに加えて、今の学生のネットでの情報収集媒体はスマホが中心で、パソコンはあまり使用せず、したがって、ホームページにせつかく有益な情報が掲載されていても、ページの隅々までみる努力をしない傾向があり、学生のネットでの情報収集能力について非常に不安であったため、教員の側でネット掲載情報も博捜することにした。

こうして得られた事前学習資料のタイトル等は、後出のレポート、プレゼン資料の章の中で各チームの名列や訪問先情報と共に掲載してあるので、これを参照していただきたい。これらの資料については、授業開始1週間前に、ほぼすべてをコピーして、班ごとにまとめて学生研究室に置き、各自自分のチームの資料を授業開始時までに目を通すよう指示した。またファイル化したものを後述の学習支援システム **WebClass** に掲載した。

## 2. 授業の進行

### ■WebClass の利用

本学では、学習支援システムとして WebClass を用いており、授業ごとに学生へのメッセージの送受信、試験・レポート・アンケートの送受信、授業資料の掲載など多様な作業が可能となっている。本授業でも、学生への指示、学生のレポートやプレゼンファイルの提出、事前学習資料の提示など、教員と学生間のやり取りは基本的にこの WebClass を用いている。とくに、チームごとに会議室を設定し、この会議室内でレポートやヒアリング記録などの提出を行うことにより、教員だけでなく学生同士（他チームの学生を含む）で内容を確認できるようにした。このことによって、教員にとっては学生の取組状況の把握や授業前のレポートの確認が容易にできることで、進行管理が可能であり、また学生は他チームの状況もみることによって、自分のテーマ以外の課題や相手先の内容について把握することができる。



WebClass の画面

## ■授業の進行

(1回目) 10月6日

<p>課題探求テーマの共有とヒアリング先の事前学習</p>	<p>(1) 授業概要の説明(狙い・進め方・評価等)【20分】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・各班でテーブルを設営し着席</li> <li>・名刺カードに3枚名前を記名(1枚は名札カードに、2枚はヒアリング用)</li> </ul> <p>(2) 課題探求テーマの共有とヒアリング先の説明【50分】</p> <p>A・B(中村)、C・D(木村)、E・F(井上)、G・H(木村)</p> <p>I(伊藤)、J・K(田中)、L(木村)</p> <p>(3) 事前学習資料の紹介と全体での共有【120分】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・事前学習資料(既読のはず)にもう一度目を通して確認する【20分】</li> <li>(休憩)【15分】</li> <li>・各資料のポイント(読み切れなかったものについては概要を紹介)の発表             <ul style="list-style-type: none"> <li>①Wボードに、資料毎に要点を整理【10分】</li> <li>②チーム毎に発表【60分】</li> </ul> </li> </ul> <p>(4) 次週までの作業の確認【20分】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・精読する文献、HP等の役割分担を決定(全員で見るもの、分担するもの)</li> <li>・20日(27日)訪問先に電話で挨拶(いつ、誰が)             <ul style="list-style-type: none"> <li>(訪問時間、訪問場所の確定。質問シートの送り先(郵送またはメール)確認)</li> </ul> </li> <li>・20日(27日)の現地調査の交通手段・班員の集合場所・集合時間の確認</li> </ul> <p>【宿題】事前準備資料やHP、自主的に調べた文献・Web等から、①事前学習でわかったこと、②ヒアリング項目案(箇条書き)を、レポートにまとめる</p> <p>*②は、共通に聞くべき事項と、訪問先ごとに個別に聞くべき事項とを分けて整理する。</p> <p>*ワードでA4用紙2~3枚程度で作成、10月12日(木)13時までに学生ポータルで各会議室に提出する。班員の分(5~6部)を各自印刷して、13日に持参する。</p>
-------------------------------	--

初回の授業は、3限は、ガイダンス(授業概要、ヒアリング先の概要の説明)、3限の後半から4限にかけて、事前学習資料の整理を行った。事前学習資料については、授業前に目を通すよう指示していたが、多くの学生が指示を軽視していることは前回の経験から織り込み済みであり、改めて時間をかけて資料に目を通させ、全体で資料の内容を共有することに力点を置いた。

班ごとに資料を読ませ、ホワイトボードにその要点を整理させ、その時点で理解していることをチーム毎に発表させた。その上で、今回はヒアリングの原案を作成するので、メンバー毎に精読する文献や新たに調べる内容を決めさせ、宿題として、①事前学習でわかったこと、②ヒアリングの項目案、の提出を指示した。この宿題のレポートについては、各チームごとに1名だけであるが、事前学習レポートとして後出の各班の資料のページに示してある。

なお、グループワークの際には、事前に、ワークの進行と議論の集約を図るファシリ

テーター、ホワイトボードや模造紙に出された意見を書きだすボードマン、ワークの結果を写真で記録し授業後に WebClass に掲載する記録係の 3 名を決め、これらは毎回交代して多くのメンバーが経験するよう配慮した。

## (2回目) 10月16日

<p>ヒアリング準備</p>	<p>(1) ガイダンス・ヒアリング項目の検討①【30分】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・個人レポートの「聞くべきこと」（共通・1回目訪問先）を、大きなボード上にポスティングを貼りながら各自報告（その場で追加してもよい）</li> <li>・ボード上でヒアリング項目をカテゴリー化してみる</li> </ul> <p>(2) ヒアリング項目の作成【60分】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ポータブルボードに、ヒアリング・シートの下書きを作成する。</li> </ul> <p>①「訪問先について」（全体の事業内容・組織・歴史など）</p> <p>⇒自分たちがどの程度理解しているか確認した上で、なお不明な所を質問項目にあげる</p> <p>②「テーマに関する取組みについて」（具体的な内容・問題意識など）</p> <p>「事実確認を行う項目」・・・事業概要、担い手、予算等の客観的事実</p> <p>「問題意識を伺う項目」・・・取組み経緯、苦勞、展望等の主観的解釈</p> <p>⇒(1)を参考に、カテゴリー化したものを箇条書きにしてみた上で、他に質問する事項がないか考える。</p> <p>※「いつ、どこで、誰が、何を、なぜ、どうやって」（5W1H、とくに前の3つ）は、報告の際に不可欠なので、質問の際には必ず確認すること。</p> <p>※それぞれの質問事項について、予め予想される回答を考えておく（相手の回答に対してさらに質問を重ねるためにはこれが必要）。</p> <p>③「取組みに対する課題・問題点、将来の展望について」</p> <p>※相手から、学生の意見や感想を求められることがあるので、どんな課題や問題点があるか、予め予想しておく。</p> <p>(3) 各班からのヒアリング項目案の報告と共有【30分】全体を半分に分けて</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・質問意図（何を明らかにするための質問か）を説明</li> <li>・各カテゴリーで聞く項目を説明</li> </ul> <p>・質疑応答（調べれば分かることの除外、追加質問項目の提案）</p> <p>(4) ヒアリング項目のブラッシュアップとヒアリング準備【50分】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・質疑応答を受けて質問項目の加筆・修正</li> <li>・1件目のヒアリング項目を確定させ、担当教員チェックを受ける</li> <li>・ヒアリング当日の進行役・記入者の決定</li> </ul> <p>【宿題】・ポータブルボード上の下書きを、ワードファイル（A4）に清書する。</p> <p>⇒*訪問先へ送る（添付ファイルで送る場合は、メール本文できちんと挨拶文を作成する。</p> <p>例) ○○様   ご多忙中の所失礼いたします。福井大学国際地域学部のご報告です。○月○日のヒアリングの内容を添付ファイルでお送りします。当日はよろしくお願いたします。などなど）。</p> <p>* Web Class の会議室に提出する。</p>
----------------	---

2回目の授業は、1件目のヒアリング先向けの質問項目の作成である。

まず、あらかじめ学生には考えつく質問項目を宿題として提出させていたが、新たに浮かんだアイデアも含めて、質問したい事柄を KJ 法で列挙させた上で、ヒアリング項目のカテゴリー化を行った。

次に、ヒアリング先に対しては事前に質問シートを送るので、質問シートの作成作業に取り組みさせた。この場合、このヒアリングのテーマは、ヒアリング先の取組みの内容を知ることと、ヒアリング先が経験した困難や現在直面している課題とその背景を知ることなので、それが聞き取れるように質問項目を構造化する必要がある。また、質問シート上で全体に関わる大きな質問と、些少な質問とが混在しないように、シート上に記す質問は大括りな内容、あるいはそれに準じた内容とし、細かな点は、ヒアリングの際に付け加えるように指導した。

さらに、重要な点として、

- ①「いつ、どこで、誰が」という点は、後日報告を行う際に重要な情報なので、しっかり確認すること。
- ②学生は、大学入学以前の教育においても、外部の人に質問する経験は持っているが、多くは、事前に一つ質問を考えておき、その答えをもらって「ありがとうございました」と言って終わる、いわゆる一問一答形式であった。しかし、大学以降のヒアリングは、それではダメで、相手の回答に対してそれに畳みかけて質疑を膨らませる必要があることを理解すること。
- ③そのためにも、質問を設定したら、相手がどのような回答をするかを事前に想定してみ、その想定との違いに着目してその場で新たな質問を展開すること。

を強調した。

質問シートの第一次案を作成した後、これを全体に報告し、チームの担当教員以外からのアドバイスを受けて、最終案を作成した。この作業はかなり時間を要する作業であったので、授業予定時間内に終了できない班も多かった。

なお、ヒアリング先に対しては、すでに訪問の日時の確認を含めて電話で（メールではなく）挨拶するように指示しており、その際に訪問前に質問シートを送る旨も伝えており、その約束を守るよう念を押して、授業を終えた。



**(3~5回目) 10月20日・10月27日・11月1日(金曜日が休日のため振替)**

3回目が1件目のヒアリング、4回目が1件目の経験を踏まえて2件目の質問シートの作成、5回目が2件目のヒアリングである。ただし、ヒアリング先の都合で、1件目のヒアリングが10月27日に、2件目のヒアリングが11月10日になったチームがあるので、そのチームについては、2件目の質問シートの作成日が変則的になった。

ヒアリング① (A・Lを除く) ※A・Lは、2件目の ヒアリング・シートを 作成する	(1) 現地でのヒアリング(質問者・記録者の役割分担) *遅刻厳禁 (2) チームでのヒアリング内容の確認と班メモの作成 【宿題】ヒアリング内容の班メモの作成+11/1(11/10)訪問先への電話での挨拶 *ワードで作成、10月26日13時までに会議室に提出。27日に班員と担当教員分を印刷して持参
ヒアリングの振り返り とヒアリング準備 A・Lは1件目ヒアリング	(1) 1件目のヒアリング内容の振り返り ・質問項目で何が聞けたか(聞けなかったか)・わかったか(わからなかったか) ・質問項目以外で何が聞けたか・わかったか (2) 2件目のヒアリング項目の作成 ・1件目と比較できるように項目を作成する ・1件目で聞きづらかった・答えづらかった項目の再検討 ・1件目で想定外に聞けた・わかった内容の項目を追加 【宿題】ヒアリング先へのアポイント、ヒアリング項目の送付
ヒアリング② (B・H・Kを除く)	(1) 現地でのヒアリング(質問者・記録者の役割分担) *遅刻厳禁 (2) チームでのヒアリング内容の確認と班メモの作成 【宿題】ヒアリング内容の班メモの作成 *ワードで作成、11月9日13時までに学生ポータルで提出 17日に班員と担当教員分を印刷して持参

## (6～7回目) 11月10日・11月17日

ヒアリング内容 のとりまとめ B・H・Kは2件目ヒ アリング	(1) 2つのフィールドで得た知見の取りまとめ (2) 班の報告内容の取りまとめ ①目次 ②班テーマについて (どんな社会的な課題を明らかにするのか) ③訪問したヒアリング先の概要紹介 (組織、事業・活動内容等) ★④重要な論点について2つのフィールドで得た知見を比較分析 (工夫や課題についての共通点、相違点等) ★⑤ヒアリングを受けて自分たちが考えたこと (テーマ課題に関してより掘り下げたいと思った点、現時点での提案等)
プレゼン資料の作成	プレゼン資料の作成 *パワポで作成、配布資料版を11月22日(水)17時まで提出

6回目、7回目はヒアリングのまとめと最終報告会のプレゼン資料作成である。昨年度はこの時間が1回しか取れず、学生から時間不足を指摘されたため、今回は、11月10日に2件目のヒアリングを行ったチームを除き、プレゼン資料の作成へ向けて2週間の余裕を与えることとした。

各チームの報告時間を10分間として、構成の枠組みを次のように設定してプレゼン資料の作成を指示した。

- ①目次
- ②班のテーマについて
- ③ヒアリング先の概要
- ④2件のヒアリング先で得た知見の比較分析
- ⑤自分たちがより掘り下げたいと思ったことや提案

このような枠組みであるが、事後的な反省として、④のヒアリング先で得た知見の比較分析という指示がまずかった、と考えている。

というのは、本来は、2件のヒアリング先に共通する大きなテーマに関連して、現在直面している課題がどのような背景で生じているのか、その解決の道筋をヒアリング先がどう考えているのか、そして学生としては現在の所、どうすればよいと考えるか、ということがこの授業の着地点であったはずであるが、学生の関心の中心が、2件のヒアリング先の共通点と相違点を整理するということに行ってしまった。テーマによっては、2件の比較をしてもあまり意味のないものもあり、「比較分析」によって何を発見すべきかを、もう少し丁寧に指導すべきであった。

## (8回目) 最終報告会 (11月24日)

最終報告会は、今回のヒアリング先、その他協力企業、県内および近隣の高等学校、保護者に対して以下のような案内状を送付して実施した。

紅葉の候、時下ますますご清祥の段、お慶び申し上げます。

福井大学国際地域学部では、カリキュラムの柱の一つである企業・自治体等との連携授業の一部を、下記の通り学外に公開して実施します。

### 記

授業名と内容：課題探求プロジェクト基礎 A (1年次 10・11月)

この授業では、地域の現場で起こっている問題や地域で活動をしている人々の取り組みや組織の在り方の一端を初年度の学生に理解させるために、学生を少人数のチームに分けてそれぞれにテーマを与え、企業・自治体等に対するヒアリングの設計、実施、事後分析を行わせ、最終報告会で地域の課題や実状を学生相互に認識させることを目標としています。

(ヒアリング・テーマ)

「福井の企業の海外戦略」「企業・自治体の人材育成」「女性活躍推進」「大型小売店の経営戦略」「ICTを用いた事業展開」「ネット社会と地域マスメディア」「地場産業の現状と戦略」「伝統食品産業」「地産地消」「まちづくり」「過疎地区と地域づくり」「居住外国人の課題」

(ヒアリング先)

県内企業、各種団体、自治体など

公開授業：最終報告会

日時：11月24日(金) 13時～16時30分(予定)

場所：教育1号館2階東端「コミュニティ・プラザ」

\*1チーム15分(12チーム)で、ヒアリング・テーマに関する報告を行います。

\*授業時間の中途での入場および退場は可能です。

\*お車でご来場いただいた場合、正門で入構料100円を徴収いたしますが、会場受付にて領収証と引き換えに現金をお返しします。

当日は、県内企業から13名、高校教員・生徒10名、保護者6名のご参加を賜り、ほかに国際地域学部2年生3名が出席して開催された。各チームのプレゼン資料、および当日出席の嵯岡伸行福井県経営者協会専務理事の批評はこの冊子の後半に掲載しているので参照していただきたい。

### 3. (A~L 班)

#### レポート（事前学習・最終）の抜粋および公開プレゼン資料

以下、この章では、各班の学生の取組みを掲載する。

内容は、

1. 1回目の授業後のレポート：①事前学習でわかったこと  
②ヒアリング項目案（箇条書き）
2. 最終報告会のパワーポイント資料
3. 最終報告会後のレポート：
  - ①2カ所のヒアリングを通してわかったこと・考えさせられたこと（「グループで話し合ったこと」＋「個人の気づき」）（A4（35字×35行）4枚）
  - ②他班の報告を聞いてわかったこと・考えさせられたこと（関心を持った他班を3つ選んで記述）（A4（35字×35行）2枚）

である。1と3は全員が提出したものであるが、ここでは、提出された2つのレポートが、共にある程度上位の水準にあると判断された学生を各班1名ずつ選び、掲載した。なお、掲載したレポートは、多少語句を変えたり段落を切ったりするなど、体裁を整えるため若干の修正を加えてある。

パワーポイント資料については、先に述べたように、こちらの指導の不足により、2件の訪問先の特徴、共通点と相違点を理解するという事に学生たちの意識が集中してしまったため、各訪問先がテーマに対してどのような取組み上の工夫をしているか、また、そうした取組みが現状でどのような困難や課題を抱えているかまで、十分検討がなされていない班が多かった。また、ヒアリング内容について、なぜそのようになっているのかまで深く追求できていない班もみられた（例えば、越前市にはブラジル人が多数いるが、それほどどのような理由なのか、考えられていなかった）。これらの点については、後出の嵯岡伸行福井県経営者協会専務理事の批評も参考にしていきたい。

レポートについては、ある程度の分量を擁するレポートを書く習慣をつけさせる意図から、レポートの枚数を多めに設定した。ただ、大学1年生としては、日本語の論述の基本がまだわかっていないものが散見された。例えば、1ページ近く段落を変えずに書いているとか、改行後の文頭を一字下げていないとか、箇条書きで列挙するだけの文章

であるとか、そういった類のものである。また、これは、授業の中で、教員側が授業中のレクチャーやアドバイスをする際に、表現を和らげるために、企業名などを「〇〇さん」と社会人同士の俗な呼称を用いたりしたため、学生の側ではそれが正しいと思ったのか、プレゼン資料やレポートの中で、「〇〇さん」と表現しているものが多く見られた。フォーマルに相手に対して使うのは「御社」「貴社」、あるいは「自治体名」、発表やレポートなどで調査対象として使う場合は「さん付け」はしない、と指導すべきであった。

最終レポートの②では、最終報告会での発表を聞いて、印象に残ったテーマやそこから考えたことを書かせた。これは、授業の中で、「本当は全員にすべてのテーマに取り組んでほしいが、時間の制約でそれはできないので、他の学生があなたの代りにそのテーマに取り組んでいるのだと考えて他のチームの取組みもしっかり頭に入れるように」と繰り返し述べてきたことの総括である。このレポートについては、学生の間でも真面目に考えて書いてきた者と、プレゼン資料は全員に印刷して配布しているのでそれを後日めくりながら適当に書いている者と、両者が見られた。後者の場合、班の説明自体が不十分なこともあり、テーマやヒアリング先について理解不足であると感じられるものが多かったように思う。

なお、各班の冒頭の表中にある訪問企業の担当者の方の氏名は、当初の予定であり、実際には変更になったケースもあります。記してお詫び申し上げます。

A 班	17150167	加納 優	カノウ ユウ
	17150264	後藤 なな	ゴトウ ナナ
	17150469	藤原 章吾	フジハラ ショウゴ
	17150493	松岡 ななみ	マツオカ ナナミ
	17150612	渡邊 愛弥	ワタナベ マナミ
<p>「福井の企業における海外戦略(マーケティング・事業展開など)について調べる」</p> <p>企業の海外事業戦略の背景や理由、具体的な展開を行う際の準備過程、進出の際に生じた問題、現在の課題、将来構想等について調べます。</p>			
10/27 14 時	<p>セーレン(株) 福井鉄道商工会議所前徒歩 2 分 〒918-8560 福井市毛矢 1-10-1 0776-35-9157 人事労務部 大八木邦雄氏</p>		
11/1 14 時	<p>松浦機械製作所(株) 京福バス丸岡線南横地徒歩 5 分 〒910-8530 福井市漆原町 1-1 0776-56-8101 管理本部 清水継太氏</p>		
事前準備資料	<ul style="list-style-type: none"> <li>・北陸 AJEC『ASEAN 経済の動向と北陸企業の適応戦略』2014 第 3 章「北陸経済の国際化の現状と主要産業の国際展開」 同補論「北陸企業の国際化の実態と政策課題」</li> <li>・福井商工会議所『海外進出動向及び課題に関する調査 2012』</li> <li>・『通商白書 2013』第二部第 2 章「伸びゆく市場の獲得(新興国市場開拓)」</li> <li>・セーレン有価証券報告書など、同関係日経新聞記事</li> <li>・松浦機械会社案内資料(現物)、同関係日経新聞記事</li> </ul>		
教員	中村・岡崎		

## 事前学習レポート

### ①事前学習でわかったこと

事前学習では、与えられた資料を基に主に、国内・北陸三県・県内における企業の海外進出の現在の状況・問題点(改善すべき点)・貿易額や、セーレン(株)様の会社設立から今までの歴史や海外支店を含めそれぞれの支店の役割・売り上げ、そして、(株)松浦機械製作所様の取り組み内容などを少しずつ大まかに理解するようにした。そこで分かったことで興味をもったことをいくつか挙げてみる。

まず、全国的に見てもアジアとの貿易や、企業のアジアへの海外進出が多いように、福井県は中国をはじめアジア、特に東南アジアとの貿易や企業の進出が多いことが分かった。数年前までは中国とのつながりが圧倒的に多かったようだが、最近では技術向上により東南アジアとのつながりも増えてきていることが分かった。その中で北陸の企業の海外進出や貿易に関する資料によると、貿易時に利用する港や空港について、北陸圏に港も空港もあるにも関わらず、関西・中国地方の港・空港に依存しているという問題が挙げられている。それに関して、北陸三県のそれぞれの港や空港が連携し、利便性を図ることが課題である。

また、世界的な技術の発展により、世界に対抗するための製品の差別化を行う点での課題は、競争力の元である技術基盤を進化させるための人材育成と今後の成長が期待できる分野の需要開拓であるようだ。北陸圏における世界との技術競争に対する対策として例に挙げられていたのは、福井県のセーレン(株)による市場ニーズに対応するための原系から最終製品までの一貫生産体制による製品の企画・製造・販売へ向けた企業間連携の動きである。ここで、セーレン(株)の資料で分かったことは、セーレン(株)は多くの分野の製品を作っていて、車両のシートや人工血管、洋服などの企画から販売までを行っている。そして、どの分野も繊維をもとにしていることから、やはり、セーレン(株)は繊維産業が強いことが分かる。また、多くの支店が海外におかれていて、各国が得意とする分野の製造などを行っている。その中で、車両資材の製造が多くで行われていることが分かった。これからより多くの分野が世界に進出していくのかが気になる。

すべての資料に目を通すことができなかったが、目を通した範囲で分かったことを基にヒアリングの項目を考えてみた。

## ②ヒアリング項目案

### ☆共通に聞くべき事項

- ・海外進出先はどのように決めているのか。(どのような視点で)
- ・海外進出をする際に大変だったことは何か。
- ・海外進出をする際に気を付けたことは何か。
- ・海外進出をするまでの段階を知りたい。
- ・海外進出をする際に、進出先に最もアピールする点は何か。

[国内・北陸三県・県内における企業の海外進出の現在の状況・問題点(改善すべき点)から]

- ・海外とのモノのやり取りをする際に関西・中国地方の港・空港に依存している傾向があるという課題に対して対策はしているか。

### ☆セーレン(株)様に聞くべき事項

- ・一貫生産体制を行う点で企画・製造・販売の一部を行うのとの一番の違いは何か。  
メリットとデメリットは何か。
- ・海外進出する際に、経営者が組織のトップにいる通常のピラミッド型とは逆に、付加価値を生み出す現場の担当者がトップにいる逆ピラミッド型としたと事前学習で学んだが、もっとも現場にいる人にしか分からないことは何か。

### ☆(株)松浦機械製作所様に聞くべき事項

- ・金属粉末の積層造形技術が欧米との競争するためのカギになるとあるが、3Dプリンターを使うよりも従来の工場機械を使うほうが安くできるとあるが、これから3Dプリンターがより一般的になるためには何が必要だと考えるか。
- ・御社は3Dプリンターを売りにしていると思うが、海外進出する際に3Dプリンター以外に売りにしているものは何か。



# 公開プレゼンテーション

## 課題探求プロジェクト A班

加藤 隆 後藤 なな 藤原 幸西  
松岡 好なみ 渡邊 愛弥

## 〇目次〇

- ・班テーマ
- ・訪問先概要
  - ①セーレン様 ②松浦機械製作所様
- ・私たちの海外戦略のイメージ
- ・重要点の比較
- ・分かったこと

## 〇班テーマ〇 〈福井の企業における海外戦略〉

- ・企業の海外事業戦略の背景や理由
- ・具体的な展開を行う際の準備過程
- ・進出の際に生じた問題
- ・現在の課題、将来構造等について

## 〇自分たちの考える海外戦略のイメージ〇 (ヒアリング前)

- ・大手企業ばかりが海外進出している
- ・しっかりした事前準備が必要
- ・言語ができないと海外に派遣できない
- ・現地に日本人がたくさんいる
- ・安い人件費を目的に発展途上国へ進出
- ・工場だけでなく海外支社をつくる

## 〇企業概要〇

・セーレン


- \* 1889年創業
- \* 単位従業員数 1550名
- \* 分野
  - ・車輜資材
  - ・スポーツ・ファッション
  - ・メディカル
  - ・エレクトロニクス
  - ・環境・生活資材

セーレン	松浦機械製作所
1550名	319名

## 〇企業概要〇

・松浦機械製作所

- \* 1935年創業
- \* 従業員数 319人
- \* マシニングセンターと3Dプリンタを製造
- \* 個人には売らない
- \* 7割海外で販売




## 〇重要点の比較〇

# セーレン

## 〇海外展開のスタイルの相違点

セーレン		松浦機械製作所
工場	スタイル	販売代理店
自動車メーカーの進出先へ	展開地域	最先端技術を持つ国へ
高い人口増加率 安い人件費 安くて広い土地	今後の展開	今ある市場を大軍に

## 〇相違点～番外編～

社員数の違い  
↓  
海外に行くチャンスが違う?!

## 〇共通点

現地の駐在日本人が少ない

## ○ヒアリング後で分かったこと○

### ヒアリング前

- ・海外進出するのは大企業
- ・現地には沢山の日本人が駐在
- ・しっかりとした事前準備が必要
- ・言語ができる人のみ現地に派遣



### ヒアリング後

- ・海外進出に会社の大きさは関係ない
- ・進出先には多くの日本人が駐在するわけではない
- ・チャンスをつかむことが大事
- ・マネージメント能力なども必要

## ○今後、調査したいこと○

- ・機械や技術以外の、レストランやデパートなどの分野の海外戦略について
- ・海外から日本へ進出するときの戦略について

## 最後に・・・

- ・海外進出先の国の数を増やすことだけが重要ではない。進出先の会社との深い信頼関係を築くことも大切である。
- ・海外で働くには、言語力よりも忍耐力やコミュニケーション力的大事である。
- ・海外に行くことは仕事のためだけではなく、他の面でも得ることがたくさんある。

ご清聴ありがとうございました。

### （ヒアリングを通してわかったこと・考えさせられたこと）

私は、今回の課題探求プロジェクト A の授業で「福井の企業の海外戦略」というテーマのもと、調査を行った。ヒアリングではセーレン（株）様と（株）松浦機械製作所様へ訪問させてもらった。私が、このテーマを選んだ理由として、私は、将来、海外で働いてみたいという願望があり、もし、海外に支社がある会社に入れたら現地で働きたいと思っていたからだ。このようなことから、今回のヒアリングはとても良い経験にも、参考にもなった。

まずに、ヒアリング前に私自身が持っていた海外進出のイメージは、海外進出先には日本人社員がそれなりにいる、海外進出しているのは大企業ばかりである、海外に支社を持っている、などであった。海外戦略のイメージは、安い人件費を求め発展途上国に進出する、事前準備に数年かける、などであった。これらのイメージを抱いてヒアリングをさせてもらって衝撃を受ける部分が多くあった。私のイメージとは正反対の答えが返ってきたからだ。この衝撃を含めて、セーレン（株）様と（株）松浦機械製作所様で行ったヒアリングの結果を中心にまとめていこうと思う。

はじめに、セーレン（株）様についての事前調査とヒアリングを終えて分かったことは、セーレン（株）様は海外進出しているのは工場だけであるということだ。私は上にも挙げたように、海外進出するときには支社をまず置くものだ、とばかり思っていたので一つ、新しい事実を知ることができた。また、セーレン（株）様は、主に車輻資材を海外の工場で作っており、その製品を自動車メーカーに採用してもらい売るという形をとっているようだ。車輻資材の中でも、座席のシートとエアバックを主に取り扱っている。座席のシートには、ビスコテックという印刷技術を用いていろいろなデザインを施している。私たちは事前調査の時に一貫生産体制という生産体制を見つけた。これは、企画・生産・販売を全て一貫して行う体制のことである。セーレン（株）様は始め、原糸を他会社から買い寄せ、染めの事業を主に行っていたが、この体制に切り替え、全て自社で行うことで、コスト削減にもなり、無駄な手間を省くこともできるようになった。

他の質問をさせていただいた結果を挙げると、海外進出先を決定するにあたって考えることは何かという質問にはセーレン（株）様は主に車輻資材を海外で扱っているので、トヨタ様などの自動車メーカーが海外進出した場所の近くに進出する傾向があり、輸送

面を考慮した空港とのアクセスの良さや工場を建てるための土地の広さ、ユーティリティの良さなどを主に重視しているようだ。日本人社員と外国人社員の雇用形態の違いはあるかという質問には、海外ではワーカーとしての雇用とマネージャーとしての雇用というように差別化を行っているという答えをいただいた。海外進出の今後として、上海での化粧品の販売や、ファッション部門のバーチャル試着を世界展開していこうとしているようだ。また、一つ良いものを売れば儲かる宇宙産業への参入を拡大することも考えているようだ。新しい進出先としては人口の増減が関係しており、中国を中心としたアジア圏を拡大していこうという考えがあるようだ。

その他に得た情報として、新入社員には4回のアメリカ、中国、タイなどへの海外研修を行っていて、その目的は新入社員の多くは海外に対してハードルが高いと感じているらしく、その海外に対して感じているハードルを、海外研修を経て下げることによって、また海外に行きたいという意欲を掻き立てることである。結果として、海外研修を終えた社員の中から海外に行きたいという声が多く聞かれるようだ。

次に、(株)松浦機械製作所様についての事前調査とヒアリングを終えて一番感じたことは、中小企業ならではの海外進出に対する考え方を持っているということだ。(株)松浦機械製作所様はセーレン(株)様と比べてみればそこまで大きくはないが、海外でも工作機械の世界で Matsuura の名は広がっている。(株)松浦機械製作所様はマシニングセンタと3Dプリンターを主として工作機械を製造する会社である。(株)松浦機械製作所様の海外進出のスタイルはセーレン(株)様と違い、海外に代理店をもち、販売を主に行っている。(株)松浦機械製作所様の海外進出の始まりは、ある展示会に自社の機会を出展した際に、あるアメリカの会社からアメリカで販売しないかと声をかけていただいたのがきっかけであるようだ。多くの会社では、アジア圏から海外進出を開始し、その後、アメリカやヨーロッパへ拡大していく傾向があるように思えるが、(株)松浦機械製作所様の場合、マシニングセンタのような工作機械を販売するには、アメリカやヨーロッパなどの技術が進んだ国を相手にした方が商売になるということでアメリカからのスタートになった。

(株)松浦機械製作所様へさせていただいた質問の答えを挙げると、海外での販売拠点を決める際に考えることは何かという質問の答えは、その場所にビジネスがあることが前提にあり、技術が優れており(株)松浦機械製作所様の製品の修理ができ、言語が堪能なスタッフがいる代理店があるかどうかカギとなっているようだ。3Dプリンタ

一がより一般的になるには何が必要かという質問の答えとしては、中を空洞にできるといった3Dプリンターにしかできないことを考え出さなければいけないが、そういったものはそんなにないため、モノづくりの考え方を変化させていき、イメージのつきやすいものにすることが大事である。海外で製品を販売する際に国内販売との違いはアメリカならばインチサイズに変えることや注意事項をその国の言語に変えること、そして、安全規制 CE マークの条件に合うように製品を製造すること以外にはあまりないみたいだ。将来的に期待される国や地域はあるかという質問に対しては、想像とは違い、中国は大きなマーケットであると考えるが、やみくもに展開を広げる気はなく、今ある市場を深く掘り下げ、大事にすることを心掛けているそうだ。

その他に得た情報を挙げていく。(株)松浦機械製作所様は一度イギリスに工場を置いたことがあったが、ヨーロッパやアメリカに売り出したところ、メイド・イン・イングランドは好まれなかった。そのため、(株)松浦機械製作所様はメイド・イン・フクイにこだわってこれまでやってきた。現在、台湾において大事な部品以外を作る OEM 体制をとっているが、最終検査は自社自身で行っているそうだ。このように(株)松浦機械製作所様は工作機械を扱う会社として、自社の機会に大きな責任をもってやっている。良い製品を作り、「モノを言わぬモノがモノを言うモノ作り」を理念に行うことで、リピート率を大きくしているのが(株)松浦機械製作所様の特徴の一つでもあると思う。また、中小企業の良さとして挙げていたのが、社員数が大企業と比べて少ないため、現地で何か問題が起きた際には、その問題にかかわる知識がなくても勉強し、海外に行かなくてはならないことがあるという。しかし、その機会をチャンスと考えることで、海外での経験を多くできるという点であった。

これらの事前調査と二社のヒアリングによって考察できることとして、私のヒアリング前の海外進出に対するイメージを比べてみると、二社ともに共通していて、私が一番驚いたことは、海外進出先に日本人社員の駐在している人の数がとても少ないことだ。この事実は、私が始めに挙げたようにこの「福井の企業の海外戦略」というテーマを選んだ理由とは異なっていた。二社とも海外に置いている工場や代理店には居ても数人しか日本人を派遣しておらず、何か問題などが起きた時に日本から社員を送るという体制をとっているそうだ。他の海外進出している企業も同じような体制をとっているのかも気になるころである。私がかつて調べた某アパレルブランドでは海外支店で日本人社員が現地の社員に接客の仕方を指導していたり、海外支店の店長が日本人だったりして

いたので、分野でも違うのかと思う。その部分は、また機会があれば調べてみたいと思う。次に考察できることは、セーレン（株）様のように主に工場を海外に進出させている企業と、（株）松浦機械製作所様のように主に、海外に代理店を置いて販売を行っている企業では、海外進出先や、進出先を決めるにあたって考えることに違いがあるということだ。工場を海外に進出させている企業は上にも少し挙げたが、安い人件費や広い土地、輸送面でのアクセスの良さなどが大事だと言う。その一方、海外において主に販売を行う企業は、買い手が多くいる場所を選ぶ。（株）松浦機械製作所様の場合は、工作機械を販売しているので、それを扱える高い技術を持った発展国が多い。販売を主に行う場合は、何を売るかによってそれぞれ少しずつ選ぶ場所は変わってくるのではないかと思う。

今回の調査を一通り終えて、この先にまた、こういう機会があったら調査してみたいこととして、プレゼンテーションでもあった通りであるが、今回は、日本の企業が海外に進出する際の戦略を調べたが、海外の企業が日本に進出する際の戦略を知りたいと思った。そして、日本から海外へ、との違いを見てみたいと思う。また、今回調査した機械や技術分野以外のファッション分野や、食分野の調査もしてみたい。そして、個人的には、海外の進出先に日本人社員が多く派遣されている場合、その派遣されている日本人社員がどのような立場であったり、環境で働いているのかも知りたい。

ヒアリングの間に企業の方からいろいろな興味深い言葉を聞いたが、その中で、（株）松浦機械製作所様の方から聞いたのが「野球スタイルからサッカースタイルへ」という言葉だ。どういう意味かという、野球だとバッターは監督からの指示を受けてその通りにプレイするが、サッカーはフィールドが広く、その広いフィールドの様々な場所に選手が散らばっているため監督の声を正確に届けることはできない。その結果、プレイヤーたちは自分たちで考えてプレイしなくてはならない。このように、会社の中でもサッカープレイヤーのように上司の指示を聞いて働くことから、自分自身で考えて行動するようにならなければいけない。これは、今回のテーマとは少しずれてしまうが、この力を持っていれば、もし、海外で働く機会があった時に、確実に役に立つはずである。

今回の課題探求プロジェクト基礎 A では、授業の名のような課題を見つけ、探求することはなかなか難しいものであって、達成することはできなかったが、私自身の将来の展望や、今後の経験に役に立つ知識を得られた。この経験が基礎 B のほうにも役に立てばよいと思う。

### （他班の報告を聞いてわかったこと・考えさせられたこと）

私たちの班は「福井の企業における海外戦略」というテーマで調査とヒアリングを行ったが、他の班では、福井における地場産業や、外国人のための取り組み、人材育成、女性活躍推進の取り組みなど、多方面における調査を行った。その報告を聞いて私が興味を持った調査を三つ選びその調査について分かったことや、考えたことをまとめていく。

まず、一つ目に興味を持ったのは**G班**の「地場産業の現状と課題」というテーマで行った調査だ。この班は、鯖江市の眼鏡産業に焦点を当てて調査を行い、福井めがね工業様とシャルマン様にヒアリングにうかがった。加えて、地場産業の現状と戦略における班自体の目標として三つを挙げていたが、その中で私は流通システムの変化に興味を持った。福井めがね工業様はおもに**OEM**を、シャルマン様は自社に次いでライセンスというシステムをとっていて、それぞれの会社にあった方法で自社のめがねを流通させているということが分かった。また、**G班**が主に取り上げていたのは各社の眼鏡に使用している素材であった。福井めがね工業様はチタンや14金、18金で、シャルマン様はエクセレンスチタンを主に使用している。そして、シャルマン様はエクセレンスチタンを利用した医療機器を作り医療分野へも進出しているそう。めがねの会社がめがねに使用する素材で医療分野へ進出していることは初めて知ったことであり、とても驚いたことでもあった。

しかし、**G班**が考察に挙げているように、地場産業はその土地を活性化させるのに最適な産業であり、今回の場合ならば眼鏡産業で鯖江を活性化させることが必要だと考察された。そして、その方法としてファッションとしての眼鏡の普及と一緒に医療ドラマで使用するとあり、ある土地を活性化させていくには人々を驚かせ興味を持たせることをやらなければならないのでめがね産業が医療分野とつながることはとてもおもしろいことだと思う。医療分野以外にも他分野でめがねの素材が活躍できればより鯖江を活性化できるのではないかと思う。また、私はこの班に最近普及しているコンタクトレンズによって眼鏡業界に影響はないのかという質問をさせていただいたが、懸念していたほど影響はなく、逆に眼鏡の手軽さが強調され、良い影響も受けていると聞いて新しい視点から眼鏡の良さを見ることができた。

次に、二つ目に興味を持ったのは**H班**の「伝統食品産業の販売戦略」というテーマで

行った調査である。味噌・醤油に焦点を当てており、米五様と室次様においてヒアリングを行った。私はこの班のプレゼンテーションを聞いて、初めて福井にこんなにも歴史が長く、江戸時代から続く老舗の味噌・醤油屋さんがあったことを知った。そして、H班が班テーマとして掲げた「江戸時代から続く老舗の食品企業の現在の開発戦略・販売戦略を調べる」というのにとっても興味を持った。老舗のお店だと、昔からの伝統を守り続けていて、現代的なことには手を出さないというのが私のイメージだった。

調査結果を見て私がまず思ったことは、室次様のように昔からの物を売りにしているところがある一方、米五様のように新しい商品をどんどん作り、売りにしているところもあることだ。現代ではすべてが発展し、需要の多いものが昔とは変化しているため、現代にあった新しいものを作っていくことも大事であるからだと考える。昔からの伝統のものを守っていくことはもちろん、時代の流れにあったものを新しく生み出していくことも大事である。H班の提案の部分にあるように、伝統食品産業の抱えるいくつかの課題を解決していくためには健康志向のものを作るなど、話題のものに便乗することが一番良い手だと思った。

最後に、三つ目に興味を持ったのは**L班**の「居住外国人の問題と対策」というテーマで行った調査である。グローバル化が進む現在では、日本の街中で外国人を目にすることはそこまで珍しくはない。多文化の人々が共存することは難しいことではあるが、今後、よりグローバル化が進むであろう世の中では解決すべき課題の一つであると私は考える。なので、前々から外国人が住みやすい街づくりに興味があったのでこのテーマはととても興味深かった。

今回**L班**は、行政の機関である越前市役所と、民間団体であるインターナショナルクラブでのヒアリングを行って、結果として挙げられた課題は、行政機関と民間団体がお互いに出来ないことを補い合うということで、行政・民間団体の役割分担が必要であるという。私は、日本に住む外国人にとって安心できるようになる一番の方法は、一人でも何でも話せたり聞けたり、信頼できる日本人の友人を持つことであると思う。なので、今以上に民間団体が相談しに行きやすい場所にするということも大事であるが、コミュニティ内での輪を作ることも大事であると思う。わざわざ団体のところまで行かなくても、近所に相談できる人がいたらとても良いと思う。外国人の人とご近所さんになった時は、それは異文化の人と関わり、お互いを深く理解し合える良い機会だと考え、日本人から外国人に歩み寄ることも大事である。つまり、行政や民間団体の手を借りな



がら、コミュニティ全体で外国人を受け入れることができるとても素晴らしいと私は考える。

他班のプレゼンテーションを聞いて、いろんな調査の仕方や、パワーポイントの作り方、プレゼンテーションの仕方を含め、それぞれのテーマにおける調査結果から新しく得た知識がたくさんあった。

(以上、松岡ななみのレポート)

B 班	17150108	小川 万喜	オガワ カズキ
	17150116	長田 優輝	オサダ ユウキ
	17150337	地主 めぐみ	ヂヌシ メグミ
	17150388	中村 真理	ナカムラ マリ
	17150566	山下 慎	ヤマシタ マコト
<p><b>「企業や自治体の人材育成について調べる」</b></p> <p>企業や自治体が求める人材像、能力形成の考え方・方針、サポート、人事異動の実態等について調べます。</p>			
10/20 14 時	<p>福井鋳螺(株)</p> <p>〒919-0898 あわら市山十楽 1-7 0776-73-1000</p> <p>細呂木事業所福井県あわら市指中 59-115(JR 細呂木駅徒歩 5 分)</p> <p>総務部 佐藤幸氏</p>		
11/10 13 時 30 分	<p>福井県庁</p> <p>〒910-8580 福井市大手 3-17-1 7 階 0776-20-0241</p> <p>総務部人事企画課 中村敬吾氏</p>		
事前準備資料	<ul style="list-style-type: none"> <li>・今野浩一郎・佐藤博樹『人事管理入門』日本経済新聞社</li> <li style="padding-left: 2em;">第 4 章「採用管理」、第 5 章「配置と異動の管理」、第 6 章「教育訓練」、</li> <li style="padding-left: 2em;">第 7 章「人事評価」、第 8 章「昇進管理」</li> <li>・太田肇「公務員の人事管理制度」『日本労働研究雑誌』2013</li> <li>・福井鋳螺 HP(CSR)PDF</li> <li style="padding-left: 2em;">+ 福井鋳螺の HP</li> </ul>		
教員	中村・木村		

## 事前学習レポート

### ① 事前学習で分かったこと

紹介予定派遣を活用したり、インターンシップ制を採用に結び付けるなど企業の採用方法が多様化している。その上、採用といっても単に新しく労働力を雇用するだけでなく外部労働力を利用するなど方法は様々であり、企業の採用計画に基づいて採用数が決められる。募集や採用に際して、法律上定められた労働条件の内容を明示するとともに、将来のキャリアの可能性や能力開発機会などを含めた仕事に関する情報や企業の経営方針などをプラスとマイナスの両面の情報を提供するほうが労働者の定着率や満足度が高くなるということも書いてあったが、近年メディアでブラック企業が取り上げられることが増えたことにより、求職者側の企業情報へのニーズが変化したといった理由もあるのかなと思った。

これまでは企業が従業員の配置と異動に関する人事権をもち、従業員のキャリアのあり方を企業が決めてきた。しかし最近では会社と従業員の両者のニーズを調整して行う双方調整型に変化している。初任配属先に定年までとどまることは例外的であり、通常は一定期間で他の職場へ移動することになる。そのため、海外と比べて日本の企業ではキャリアの幅の広いゼネラリストが多く、スペシャリストが少ないと指摘されるが、実際にはゼネラリストは少なく、海外と比較した場合に多いということには驚いた。配置や異動に関して自己申告制度や社内公募制度などキャリア管理に関して労働者が自分で決めるようになりつつあるため、これからはさらにスペシャリストが増えていくのかなと思った。

企業にとって人材育成は重要な戦略的課題であるが、市場や技術が変わる状況の中、最適な人材育成のための管理システムを作るのは難しい課題である。人事育成に関してまず何を目標にするかが重要であり、どの分野をどの程度の資源で配分をするのか基本計画を作成する。

人事における評価で最も大切なことは何のために、何を評価するのかを正確に伝えることにある。人事評価は従業員の今の状態を知り人材をより適切に配置すること、より有効に活用するといった人事管理上の目的を実現する役割を期待されるが、従業員の労働意欲の低下を招かないように公平性を保ち、また能力や業績、仕事に対する意欲など、どの分野をどのような基準でどこに重点を置いて評価するのかなど問題点は多い。

技術の進歩や国民、市民のニーズの多様化により、公務員に対して行政のプロとしての能力と意識、行動などが期待されているにも関わらず、公務員側では人員削減や役職ポストの削減も進められているなど板挟みの様な状態になっている。

## ② ヒアリング項目案

### ■ 共通に聞くこと

- ・採用方法が多様化する中でどのように採用方法を変えてきているのか。
- ・情報開示の際に気を付けていること。
- ・採用の際に注目することや、特に求めている能力。
- ・配置や異動に関してゼネラリストを作ろうとしているのか、スペシャリストを作ろうとしているのか。
- ・人事評価においてどの能力を重点に置いているのか。

### ■ 訪問先ごと

(福井鋳螺)

- ・社員教育に力を入れている中で、特に気を付けていること
- ・様々な人がいる中でひとりひとりをサポートするのにしていること
- ・ライフ・ワーク・バランスの推進に力を入れている中で、休暇制度を充実させる中で仕事に対して力が抜けないように気を付けていること。

(福井県庁)

- ・公務員の人気依然高く、多くの人が希望する中で、どういった点を評価し、採用するのか。

# 公開プレゼンテーション

## B班

～企業や自治体の人材育成について調べる～

小川・島田 東正・中村・山下

## 目次

- 福井鋸螺について
- 福井県庁について
- 採用
- 教育
- 評価・昇進
- まとめ
- 考察

## 福井鋸螺について

- 独自の技術（冷間鍛造技術）を使って製造
- オーダーメイドでの製造
- 多品種小ロット
- アルカリ乾電池内部パーツの国内シェア8割
- 蛍光灯のピン
- 国内シェア8割、世界シェア5割



## 福井県庁について

- 制度を作る
- 職員3分の1が行政職で、専門知識を活かした職種（土木、薬剤師、機械・金属など）が多い
- 県内の人々に対する支援
- 国と自治体をつなぐハイク役



## 採用

福井鋸螺	福井県庁
<ul style="list-style-type: none"> <li>求める人物像</li> <li>自分で考えて行動できる人</li> <li>信頼関係を築ける人</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>求める人物像</li> <li>協調性</li> <li>向上心</li> <li>積極性</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>試験内容</li> <li>SPI、会社独自の試験、英語</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>試験内容</li> <li>面接（集団討論・個人面接）</li> <li>一般教養と専門知識の広範</li> </ul>

## 採用

福井鋸螺	福井県庁
<ul style="list-style-type: none"> <li>採用で見るポイント</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>採用で見るポイント</li> </ul>
<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; display: inline-block;"> <b>常識がある</b> (言葉づかい、態度など)         </div>	
採用活動者が的確な応答ができるかどうか	伝える力があるかどうか（個人面接）
自分から信頼関係を築けるような人物か	対応能力（集団討論）

## 教育

福井鋸螺	福井県庁
<ul style="list-style-type: none"> <li>自主研修</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>資格支援</li> </ul>
<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; display: inline-block;"> <b>共通点</b> </div>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>強制研修</li> </ul>	


## 教育

福井鋸螺	福井県庁
<ul style="list-style-type: none"> <li>職員が自ら講師になっているものもある</li> <li>数が約70種で月に10件ほど開いている</li> <li>会議の性質についてなど</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>新入社員には1年間トレーナーとして先輩社員がつく</li> <li>法律、読解能力アップ、プレゼン講習など</li> </ul>

## 評価・昇進

福井鋸螺	福井県庁
<ul style="list-style-type: none"> <li>評価の方法</li> <li>上期・下期、トータルの二つでAランクやBランクなどの段階的評価</li> <li>個人の作業だけでなくチームワークなども評価対象</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>評価の方法</li> <li>上期・年度末の二つでAランクやBランクなどの段階的評価</li> <li>年度の頭決められた具体的な目標で達成委員会を計る</li> </ul>

## 評価・昇進

福井鋸螺	福井県庁
<div style="border: 1px solid black; border-radius: 50%; padding: 10px; display: inline-block;"> <b>実力主義</b> </div>	<div style="border: 1px solid black; border-radius: 50%; padding: 10px; display: inline-block;"> <b>年功序列</b> </div>
	

**まとめ**

- 結論

全体的に共通点が多い

理由

公務員に対して世間の目が厳しくなり 改革を常に求められるように

改革のモデルが民間→行政の民間化

10/11

**考察**

- 民間と行政の差がなくなってくる
- 公務員は安定じゃない

12/11

ご清聴ありがとうございました

10/11

### （ヒアリングを通してわかったこと・考えさせられたこと）

将来、ほんの数年後に迎えるであろう就職について何も知識がなく、その後の人材育成、キャリア形成にも全くと言っていいほど知識がなかったため、早い段階で知っておいたほうが得と考え、私はこのテーマを選んだ。

最初の段階では企業の人事管理というテーマについてほとんど知識がない状態から始まったため、ヒアリングにあたる際も事前準備資料や事前に下調べした知識しかない状態だった。民間企業である福井鋳螺さんと行政機関である福井県庁さんにヒアリングに行くということで、われわれは民間と行政の比較に重点をおいてプレゼンをするということを念頭に置いてヒアリング項目を練った。さらに人事管理の中でも採用、育成、評価、昇進に絞ってヒアリングを行った。

福井鋳螺さんのヒアリングにおいて、福井鋳螺さんでは自分でしっかりと考え行動できる人が求められていることが分かった。採用に関しては SPI と会社独自に開発したテストを課す学力テストと、面接が行われていた。学力テストにおいては、一番頭の良いトップの人材がほしいわけではないのである程度のラインを超えていればいいとのことだった。考えてみれば当たり前のことだが、今まで常に順位がつき、上にいる人だけが勝つテストをずっとやってきていたので少々驚きがあった。面接に関してだが、私は面接官が志願者の何を見ているかが前々から気になっていた。ほとんどの志願者がたくさんの練習をこなし、あらゆる質問に対する答え方をインプットしていると思うが、その中でなぜ受かる人と落ちる人に差があるのか、その部分が聞きたかった。福井鋳螺さんは面接ではその人の雰囲気を見ているとおっしゃっていた。話しやすいかどうか、聞いたことに対して答えてくれているか、入社した場合にほかの社員と協調して仕事ができそうか、わからないことを一人で抱え込まずに誰か先輩に質問できるかどうか、要するに自分から信頼関係を作れるかどうかだとおっしゃっていた。

教育に関して、福井鋳螺さんでは多くの講習が行われていた。絶対に一度は経験してほしいことは強制でやらせ、ほかの多くは自主参加型で放課後に行われるが、手当はない。あまり多くのものを強制にせず、自主参加や資格支援など能力を伸ばしたくてやる気のある人が成長できる制度を展開していた。また教育に関するコストは分からないとおっしゃっていたが、自社社員を講師とした講習も多く、コストを抑えながらも講習

が充実していると感じた。

評価・昇進に関してはそれぞれの職種別採用で入社してきた全員が一等級から始まり、仕事や課外活動において高めていくというシステムだった。上期・下期・TOTALの三つをAやBなどといった段階別に評価し、評価に応じて給料が上がったり、役職を得るスピードがあがったりするようだった。実力主義だけにすると先輩が後輩に技術を教えないといった問題が発生する恐れがあるため、実力主義と年功序列を合わせたような形にしている、チームワークといった内容も評価の中に入れているということだった。年功序列の概念も入っているが、大学卒業した社員で万年平社員もいるとのことだった。初めてのヒアリングだった上に、初めて直面する企業人事の内側に右往左往しあまり踏み込んだ内容は聞いていなかったような気がした。しかしこのヒアリングを通して企業人事という内容がやっとなつかめてきたような感じがした。ただ、あくまで福井鋳螺さんは一福井の民間企業であるのでどこまでが全国共通なのかどの部分がユニークなのかといったことの判断は難しかった。しかし、このヒアリングを通して人事管理の概要がつかめてきたうえ、もともと福井鋳螺さんと福井県庁さんの比較をしたかったため、福井県庁さんのヒアリング項目を作るのは比較的簡単だった。

福井県庁さんが求めている人材像としては協調性(コミュニケーション力・柔軟性)、向上心(好奇心・幅広い視野)、積極性(ポジティブ・タフ・情熱)を持った人だった。公務員の仕事は自分から何かをするのではなく誰かの応援をするものだからどんな支援が必要なのかを聞ける、そしてその問題に対して自分からアクションをとれる人が欲しいということだった。

採用に関しては、面接と筆記試験の配点比率は半々とのことだった。面接では集団討論と個別面接を行い、集団討論では自分の与えられた役割をこなせるかどうか、個別面接では安心して仕事を任せられるかを見ていて、自分が何をしてきたかも重要だけれどもその経験を聞き手がイメージできるように話せるかといった点を重視しているとおっしゃっていた。また、例えば留学に行ったとして、留学したことで自分はどう変わったのか(TOEICの点数が上がったとか)が欲しいということだった。筆記試験においては教養試験と、法学や経済学といった専門試験を行うとおっしゃっていた。他県では面接の配点が多い県が多いようだが、福井県庁さんは、学業は小、中、高、大の積み上げであってその人がどれだけ努力してきたかが分かるため、配点を半々にしているということだった。



教育に関して、一年目の職員にはトレーナーの先輩職員が付きサポートをしてくれる制度であったり永平寺での座禅体験研修であったりユニークな研修もある中で数多くの年齢別、役職別の強制講習であったり、パワーアップ研修、特別研修といった自主参加型の研修、資格支援など人材育成の研修は充実していた。予算的にみると道路工事等に比べると微々たるものだが、ある程度大きなコストが人材教育にかかっているとのことだった。

評価・昇進に関しては現在でも年功序列の色が濃いようだったが、徐々に民間企業のような実力主義にシフトしてきていて、みんながみんな昇進できるわけではなくなってきているとのことだった。具体的な評価方法としては上半期と年度末に年度頭に決めた目標に対してどこまで達成できたかどうかを A や B などの段階的評価で評価し、その積み重ねで昇進や昇給が決まるような仕組みになっていた。

もちろん公務員の制度的な立場の安定はあるものの、常に新しいことに挑戦することが大事になっているとのことだった。何もしないという現状維持の安定ではなく、常に新しい革新的なものを目指しているから仕事は大変だけれどもやりがいがあるとおっしゃっていた。ここに若干公務員志望の人たちが漏らす安定と実際の公務員の安定にギャップがあるのではないかと感じた。

そしてここからはこれら二件のヒアリングを通して私が感じたことを述べていきたい。我々が調べた中で一番先に経験するのが採用試験であろう。学力試験は個人の努力次第なので重要になってくるのは面接だと思う。そのなかで求められていることは今までの人生で何をしてきたかということだ。福井鋳螺さんも福井県庁さんも大学生のうちにいろいろな経験を積んだほうが絶対に良いとおっしゃっていた。何もしないよりは良いがただ何かをするだけでは意味がないと思う。その経験を通して何かを得ることが大事である。

では福井大学で何ができるのか、もしくは大学外でも何ができるのか考えてみると一番先に出てくるのは国際地域学部のプログラム上非常に行きやすい留学だ。すでに学部内には留学したいと思っている人が何人もいるし、私も留学したいと思っている。しかしなんで留学したいのか、留学によって何をしたいのか、また得られるのかよく考えたことはなかった。漠然と留学したいということだけを考えて、何をしたいという願望もなく留学したところで得られるものは非常に少ないと思う。ヒアリングしてからまだ日数もたっておらず、その理由はまだ明確にはなっていない。ここからの大学生活を通し

て見つけていきたいと思っている。

そのほかにも自分の知見を広げるために私がしたいと思っていることは旅行である。これもヒアリング先の方々が勧めてくれたことである。高校まで私はあまり旅行をしたことがなかったので、大学生のうちに日本の各地そして可能であれば国外もめぐってみたいと思っている。ただしこれもただ娯楽で観光地を巡って「楽しかった」で終わるだけでは意味がないと思う。行った先々で出会った人々や起こった出来事を自分の糧にすることが大切なのではないかと思う。そのためにただ旅行するのではなく、何のためにそこに行くのかそこでどんなことをするのかを明確にしたうえで旅行をすることでその旅行はより有意義になるのではないかと思った。そしてそういった旅行をしている中で出会う予想外の出来事がまた自分の糧になるし、旅の楽しみでもあるのかなと思った。

企業において求められるものの多くは学力ではなくコミュニケーション力だということを今回のヒアリングを通して改めて痛感した。もちろん大事ではあるが GPA や TOEFL の成績などばかりを気にして勉強、勉強の毎日では得られないものが多く、様々な活動やイベントを通して様々な人と交流を深める必要があると思った。コミュニケーション能力を身に着けることや、人脈を広げることは一朝一夕ではできない。高校や中学と比べて大学では人脈を広げるチャンスであったり、何らかのイベントに参加したりするチャンスは多いと思う。ただそれらの機会を利用するかしないかはその人次第であるので、やはりここでも結局は自分がどうなりたいのかという意識が必要になってくる。

これらのことを踏まえて、どう残りの大学生活を過ごすべきかを考えてみると思ったよりも時間がないと感じた。私の場合自分の将来に関してなんのビジョンも持っていない。将来自分が何をしたいのか、今何をすべきなのか今現在何もわからない。それを探すことのできる最後の時期がこの大学生活なのだとヒアリングを通して再認識させられた。自分が何をしたいのか、どうなりたいのかを見つけるためにとりあえずやりたいたいと思ったことは遠慮しないでやってみることが大切だと思う。誰かに遠慮してうずくまっても何も変わらないし何も始まらない、ここまで来た我々には残り数年の大学生活しか残っていない。私が思うにこの残り数年の大学生活で何も見いだせない人が就職で失敗するのだと思う。就職で失敗しないために、自分のやりたいことが将来できるように、そしてそのやりたいことを見つけるために、この残りの大学生活をどのように過ごすか、そしてその大学生活から何を得たいのか、今一度考える必要があるのではないかとヒアリングを振り返ってみて感じた。

### （他班の報告を聞いてわかったこと・考えさせられたこと）

**C班**の報告を聞いて日本の女性活躍推進に関して、女性管理職の割合が先進国内で最低水準であること、専業主婦を希望する女性の割合が低下していること、第一子出産後の離職率が高いことなどがあることが分かった。女性社会活躍推進の妨げとして背景にあるものとしては、いまだに残る性別役割分業の意識、長時間労働を前提とした労働慣行がある。その中で、損保ジャパン日本興亜さんは女性管理職比率の拡大（2012に4%から2016年には12%）や全社員の働き方改革、企業内に託児所を置くなどした地域連携による女性活躍推進を進め2016年度内閣総理大臣表彰を受賞した。またワークライフ・バランスにも力を入れ産前・産後休暇や育児休業、子供が小学校三年生まで育児短時間勤務制度、家庭事情での転居の際に勤務地も変更できるキャリア・トランスファー制度など制度が充実している。他にも女性の活躍を支えるプログラムとして女性経営塾、メンター制度といったものもそろえられている。

そして福井における課題としては女性の就業率は高いのにも関わらず管理職が低いこと、男性の残業時間が女性の2.5倍もあるので男性が育児に参加できないこと、若い男性の4割が性別役割分業を肯定していることがある。その解決策としては女性のキャリアアップ研修、残業を当たり前としない社内環境、男性の意識改革などが挙げられていた。

我々がヒアリングした福井鋳螺さんにおいては女性を採用したくても製造業という職種だけにまず来てくれないという話をしていて。また管理職にはあと一步の立場にいる女性もいるそうですが、女性だからと言って昇進させるわけにはいかないとおっしゃっていた。ただ今の世の中女性活躍が訴えられている中で4割もの若い男性が性別役割分業を肯定しているのはやはり問題であると思うし、企業単位ではなくむしろもっと前の学生の段階から意識改革が必要なのではないかと思った。

**D班**の発表を通じて大型小売店の経営戦略について知ることができた。大型小売店の現状としては大型小売店が増加したことでライバル店が出現、それぞれ異なった売りによって集客することがもとめられるようになった。エルパさんは値段は高いものの品質を上げることを売りにしていて規模の拡大の予定はない。ゲンキーさんは質ももちろんこだわりのものを価格を下げることや、目玉商品を作ることで勝負していて、シェア No.1

にこだわっている。またゲンキーさんに関しては G-PRICE というプライベートブランドによって他店との差別化も図っている。過去の経験から学ぶということや告知に関してはお互い共通している。今後の見通しとしてエルパさんは飲食に重点を置いて常に新しいものを目指す、ゲンキーさんは通販サイトの利用率を高めることそしてやはり常に変化し続けることが挙げられていた。

この班の考察において Twitter のフォロワーを増やすことが大事だと言っていたが、そのための戦略が非常に難しいものであると感じた。簡単に Twitter のフォロワーが増えるならばすでにやっているだろうし、現状少ないのなら何かを変える必要がある。販売戦略を考えるうえで、このような細かなところまで戦略を練る必要があるということには驚いた。

**H班**の報告を通じて伝統食品産業の販売戦略について知った。その中で時代の変化に応じて変わってきた売れ行きの変化や新商品ができるまでにどういった手順を経るのか、そして販売戦略について知った。米五さんでは以前までは問屋に完全委託していたが、20年前から通販、10年前から直売を開始し、お客さんとのコミュニケーションを増やした。また、海外に向けては現地でのスーパーでの販売やお惣菜として利用されている。室次さんは完全直売にこだわり、県内のデパート・道の駅などで販売していて、海外に向けては現地の日本食レストランやスーパー、デパートなどでの販売をしている。米五さんでは宣伝にテレビや広告、ダイレクトメールなどを使っていて、室次さんは新聞・雑誌・テレビからの取材・オファーによる宣伝を行っている。そして課題としては国内消費量の低下や生産スピード、高いコストなどを挙げていた。

長く続く伝統食品産業がここまで続いてくるためにしてきたことは気になっていたので知れて良かった。またここから先ずっと続いていくために伝統を守りながらも時代に応じた変化が必要になってくると思うし、そういった変化を読み解く能力も必要になってくると思う。また、そういった能力は伝統食品産業に限らずに必要なになってくると思うので、これから先身に着けていきたいと思った。

(以上、長田優輝のレポート)

C 班	17150035	稲木 舞衣	イナキ マイ
	17150078	宇野 晴佳	ウノ ハルカ
	17150159	勝山 東慈	カツヤマ トウジ
	17150361	中嶋 葵	ナカジマ アオイ
	17150507	間宮 優希野	マミヤ ユキノ
<p><b>「女性活躍推進の取組みについて調べる」</b></p> <p>平成 28 年 8 月の女性の職業生活における活躍の推進に関する法律(女性活躍推進法)の施行に伴い、女性の活躍推進に向けた数値目標を盛り込んだ行動計画の策定・公表が義務づけられました。具体的な行政の施策や事業者の取組みについて調べます。</p>			
10/20 13 時 30 分	<p>福井労働局 〒910-8559 福井市春山 1-1-54 福井春山合同庁舎 9 階 0776-22-3947 雇用環境・均等室長 森田邦子氏</p>		
11/1 13 時 30 分	<p>損害保険ジャパン日本興亜(株)福井支店 〒910-8528 福井市中央 3-6-2 4 階 0776-25-0115 課長 村山高幸氏・長谷川美沙氏</p>		
事前準備資料	<ul style="list-style-type: none"> <li>・経産省「ホワイト企業-女性が本当に安心して働ける会社」2014</li> <li>・厚労省「女性活躍推進法に基づく一般事業主行動計画を策定しましょう」</li> <li>・JILPT『女性の働き方と出産・育児期の就業継続』2010</li> <li>・福井県「第 2 次福井県男女共同参画計画」H24</li> <li>・損保ジャパン日本興亜「Diversity for Growth」</li> </ul>		
教員	粟原・生駒		

### 1. 事前資料から学んだこと

- ・日本の女性の社会進出の現状

現在の日本では、主に次のような女性社会進出の状態があげられる

- ・諸外国に比べて女性の就業率が低い
- ・30代を中心に就業率が落ち込む、いわゆるM字カーブのグラフを描く
- ・女性労働者のうち6割が第一子出産後に離職
- ・女性管理職の割合が先進国中、最低水準
- ・男性に育児休暇取得率、約2.65%

内閣府より

- ・女性の社会進出に伴う効果

世界各国の企業では女性を管理職に積極的に登用し、女性役員比率を上げたほうが経営指標が高いと報告されている。仮に、図の矢印のように、女性就労者数を342万に増やせれば、GDPは1.5%成長すると言われており、また、ヒラリー・クリントン氏は「女性が男性並みに就労すればGDPは16%成長する」という。

このように女性の社会進出促進は、明らかな経済効果があり、日本のこれからの持続的経済のためにも早急な促進が必要である。

- ・女性活躍を推進する企業

女性の活躍を推進する企業の例として、損保ジャパン日本興亜がある。こちらの企業は女性活躍推進のために様々な取り組みをしている。具体的に上げると

- ・2020年までに女性管理職率を30%にする（具体的数値目標）
- ・産前産後8週間の休暇が取得可能（法令では産前は6週間）
- ・男性育児休暇取得率100%を目指す

など、女性が育児と仕事を両立しやすい仕事環境を整えるために様々な取り組みを行っている。

## 2. 質問項目

(福井労働局)

- ・育児介護休業法が改正されたが、それ以来2歳になるまでの休業を申請された方はいるか
- ・育児休業取得者中、実にどのくらいの方が、最長である1歳6か月まで休暇を取っているか。
- ・パパママ育休プラスはどれくらい利用されているか
- ・上の質問に関して、母親の休業終了時に父親がバトンタッチして休業するケースは実際どのくらいあるのか。

(損保ジャパン日本興亜)

- ・男性の育休取得100%を達成するために、具体的にどのようなことを行っているか。
- ・誰かが育休を取得した時でも業務に支障が出ないようにしている工夫はあるか。
- ・女性活躍推進をしてきて、社内ムードに変化はあるか。

# 公開プレゼンテーション

## 女性活躍推進の取り組み

C班


勝山東慈・宇野晴佳・福本舞衣  
中嶋葵・間宮優希野

## 目次

1. 女性活躍推進法とは
2. 労働局【雇用・環境均等室】とは
3. 日本の現状
4. 損保ジャパン日本興亜とは
5. 国と民間企業の取り組み
6. 福井の課題・解決策の提案
7. 個人の考察

## 女性活躍推進法とは

- 平成28年8月施行。
- 働く女性の能力を十分発揮できる社会の実現。
- 女性活躍に役立つ情報の公表。



## 労働局【雇用・環境均等室】とは

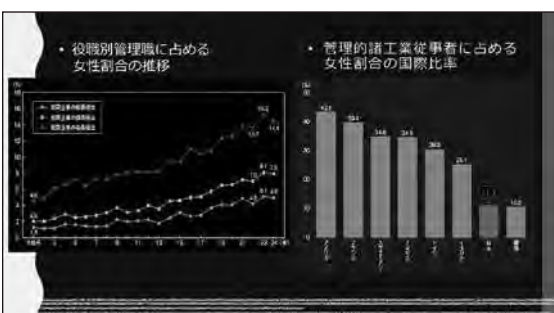
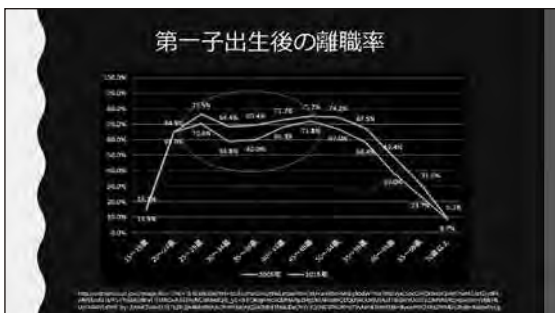
厚生労働省の出先機関

【主な業務】

- 労働に関する相談
- 仕事と家庭の両立支援
- 働き方改革
- 助成金の支給申請受付

## 日本の現状

- 女性の管理職率が先進国内で最低水準
- 専業主婦を希望する女性の割合の低下
- 第一子出産後の離職率が高い
- 生産労働人口の減少（少子高齢化の加速）
- 終身雇用・年功序列制度の崩壊



## 背景にあるもの


性別役割分業の意識

長時間労働を前提とした労働慣行



## 先進企業女性が輝く表彰

（1年に2社のみ選ばれる賞）  
『内閣総理大臣表彰』受賞



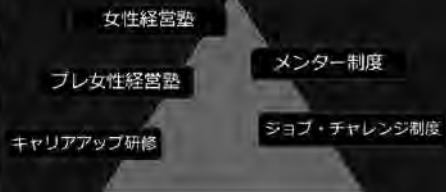
- 女性管理職比率の拡大
- 全社員の働き方改革
- 地域連携による女性活躍推進



## ワークライフ・バランス

- 産前・産後休暇
- 育児休業制度
- 育児短時間勤務制度
- キャリア・トランスファー制度

## 女性の活躍を支えるプログラム



## 国と民間企業の取り組み

### 労働局

- ▶男女雇用機会均等法
- ▶女性活躍推進法
- ▶育児・介護休業法

### 損保ジャパン日本興亜

- ▶ジョブ・チャレンジ制度
- ▶女性経営塾の開設
- ▶キャリアアップ研修の実施
- ▶育児休業制度
- ▶育児短時間勤務制度
- ▶キャリア・トランスファー制度
- ▶託児費用会社負担金
- ▶シフトワーク制度
- ▶テレワーク制度

## 福井における課題

- ・女性の就業率の高さに対する管理職率の低さ
- ・男性の残業時間が女性の2.5倍
- ・若い男性の4割が「性別役割分業」を肯定

## 解決策

- ・女性の就業率の高さに対する管理職率の低さ  
キャリアアップ研修 女性経営塾 ジョブチャレンジ制度
- ・男性の残業時間が女性の2.5倍  
残業を当たり前としない社内環境
- ・若い男性の4割が「性別役割分業」を肯定  
男性の性別役割分業に対する意識改革

## 個人の考察

- 稲木 独自の取り組みを広げる
- 宇野 関心を持つことが大事
- 勝山 意識から変える
- 中嶋 制度の浸透
- 間宮 一人ひとりが環境を変える努力をする

ご視聴ありがとうございました

### （ヒアリングを通してわかったこと・考えさせられたこと）

今回私たちは日本における女性の社会進出、女性活躍の取り組みについて調べた。

まず初めに日本の女性活躍の取り組みや、課題などの現状を見ていきたいと思う。日本の現状として大きな特徴をあげるとすれば、やはり子育て世代の就業率の低さが挙げられるだろう。日本の女性の就業率曲線のグラフは M 字を描くとよく言われるが、これは子育て世代、つまり 30～40 代にかけての就業率が低くなっているということだ。これには理由があり、それは、20 代から働き出した女性が結婚、出産を迎えるのが 30 代となり、そこで日本の女性は、仕事を辞め、子育てに専念するという選択をするというものである。仕事と家庭の両立ができれば一番良いのだが、やはりそこには様々な問題があり、両立は難しいと考えざるを得なくなり、やむなく退職してしまう女性も少なくはない。

さらに、30～40 代という、これから昇進を経て管理職へ向かおうとする年代に退職してしまうため、管理職につける女性が非常に少なく、日本の女性管理職率は、先進国内でも最低水準となってしまっている。さらに日本の女性活躍推進を妨げているものとして、男性の育児への参加率が低いことも挙げられる。実際、男性の育児休暇取得率は 2016 年度で 3.16%と、女性の 81.6%に対して非常に低い数値になっていることがわかる。30～40 代の女性の就業率が低いということは働く世代が減ることと直結しているため、これは少子高齢化が進む日本においては深刻な問題である。

そこで私たちは福井労働局雇用環境均等室と損保ジャパン日本興亜（敬称略）にヒアリングを行い、課題や取り組みについて調査を行った。福井労働局は、主に労働に関する紛争の相談を受けたり、企業への訪問や指導を行っている行政機関である。一方、損保ジャパン日本興亜は、社内での育児や女性活躍に関連する制度を充実させている民間の企業である。これら行政と民間という両方の視点からの調査であった。

それでは、ここからはまず労働局へのヒアリングで分かった日本、また福井県の現状や課題について述べたいと思う。労働局でお話を聞いて、わかった現状、課題としては、女性はそもそも企業採用されにくく、責任のある仕事を任されにくい。そのため教育訓練の機会が少なく、昇進しにくいいため管理職率が低くなり、さらには賃金格差までもが出てしまうというものであった。福井県での状態を聞いてみると、次のような結果が得

られた。まず、女性の労働人口比率、正規雇用率、共働き率が全国中 2 位以内にはいるという輝かしいものであった。さらに福井県の女性就業率は、30~40 代での落ち込みが見られず、女性活躍先進国であるスウェーデンに迫るほどのものであった。しかし、そう良いことばかりではない。女性の就業率は高い一方で、女性の管理職率が全国の平均を下回っているということも分かった。さらに男性の育児休暇取得率も全国平均を下回っていた。また、20 代の男性の 41.2%が性別役割分業を肯定しているというデータもあった。

次に、損保ジャパン日本興亜にヒアリングを行った結果について述べたいと思う。損保ジャパン日本興亜は、本社を東京におく損害保険業界をリードする大企業である。こちらの会社は社内での人材の多様性を重視しておられ、後ほど紹介する社内制度の整備などを通して、様々な女性活躍推進の取り組みをなさっている。そのため、2016 年には女性が輝く先進企業表彰で、内閣総理大臣表彰を受賞するなど、その女性活躍への取り組みは大変大きな評価を得ている。

では、それを可能にする社内制度とはいったいどのようなものなのだろうか。社内での女性活躍を促進している社内制度として、ジョブチャレンジ制度、テレワーク制度、シフトワーク制度、キャリアトランスファー制度、さらに国の定める基準とは違う期間を持つ産前産後休暇制度がある。また、女性のキャリアアップ教育として、キャリアアップ研修、女性経営塾などが開催されている。そしてこちらの会社では、男性の育児休暇取得率 100%を目指して、男性育休取得を促す取り組みもされている。

それでは各制度について少し説明したいと思う。ジョブチャレンジ制度は社員が自らの意思で希望のポストに応募できる社内公募制度で、これにより積極的なキャリア形成、能力開発、専門性強化が可能になる。テレワーク制度とは簡単に言えば自宅など、場所や時間を問わず職場外でも業務可能になる制度である。シフトワーク制度とは、多様な働き方を実現するため、始業時間を午前 7 時から午後 1 時の中から選べる制度であり、これにより朝子供の送り出しや家事で時間が厳しい人でもフレキシブルに働くことが可能となる。キャリアトランスファー制度とは本来転居を伴う転勤のない社員でも配偶者や家族の介護など、やむを得ない理由で転居することになった場合、勤務地を変更して仕事を続けることができるという制度である。これにより、結婚して嫁ぐことになったとしても、仕事を辞める必要はなく、都合の良い勤務地を選んで仕事を続けることができる。さらに、産前産後休暇では、国の規定では産前 6 週間産後 8 週間なのに対し、

損保ジャパン日本興亜では、産前産後両方とも 8 週間の有給を取ることができる。キャリアアップ教育に関しては、その名の通り、研修をおこなったり、会社経営という重役に就く素質を持つ人材を育成するプログラムである。

これらの制度により、実際に損保ジャパン日本興亜内の女性管理職率は 12%にまで上がってきており、それだけでなく、社員の方によると周囲の方々に女性活躍の理解があるため、育児休暇を取るときや子供の看病のために早く退社するときなどに、陰悪な雰囲気になることがなく、とても働きやすいという効果まであるようであった。

これら 2 件のヒアリングを終え、私たちのグループでは損保ジャパン日本興亜のような女性活躍を積極的に行っている企業がある一方で、いまだ福井で問題となっていることは何なのかについて議論し、ある結果にたどり着いた。それは、「女性の就業率に対する管理職率の低さ」「男性の残業時間が女性の 2.5 倍という事実」「若い世代の男性の 4 割が性別役割分業を肯定している」ということである。

一つ目について、先ほどにも述べたように福井県の女性の就業率は 30 代の落ち込みがなく、欧州並みの高水準な一方で、管理職率の観点からみると、11%ほどと全国平均を下回る数字になっている。実際アンケートによると、「女性の活躍は企業にとって大切だ」と考えている企業は 66%なのに対して、「実際に女性活躍や登用を促す方策を行っている」と答えた企業は 40%と半分にも満たない。

二つ目について、一見男性だけの問題のように思えるが、そうではない。夫婦ともに働いていたとして、夫が残業でなかなか帰ってこないとなると、もちろん妻が子供の面倒を見ないといけなくなる。妻は仕事から帰ってたった一人で家事をこなし子供の面倒を見るとなると、負担が大きいのは明白であろう。そうなれば「仕事を辞めて家事育児に専念したほうがいいのでは」という考えが浮かぶ可能性があるのは想像に難くない。

三つ目について、これはダイレクトに女性活躍を妨げている要素としてとらえられる。世の中で女性活躍が声高に叫ばれている中、いまだに「男は仕事、女は家庭」というような古い考えを、しかも 20 代の男性の 4 割もが持っているというのはもはや見逃せない事実である。

そこで私たちの班では自分たちなりにそれぞれに対する解決策を考えた。一つ目については、キャリアアップ教育を女性にも偏りなく提供することが大切であるということである。やはり今の企業の多くは「女性は結婚や出産とともに退職してしまうから時間をかけてキャリアアップ教育をしても無駄になるだけだ」と考えがちである。しかしな

がら、それは企業がキャリアアップ教育を女性にしてこなかったからこそではないだろうか。女性にも男性と同じように教育をしていくことで、能力が上がり、「結婚出産しても働き続けよう」「育児休暇が終わったら必ずや復職したい」「人々を指揮するリーダーになりたい」と自然と思うのではないだろうか。

二つ目について、残業するのが当たり前という社内環境をシフトチェンジするということである。現代の日本では残業するのが正義であり、定時きっかりに帰れるとは思えない、というような風潮が少なからずあるが、これは間違っていると思う。もちろん、顧客からの依頼をすっぽかしてまで定時に帰るのが良いと言っているわけではない。ただ、仕事だけが生活ではないので、私生活のプライベートもしっかり充実させてワークライフバランスを適正に保つことが大切なのである。

三つ目について、これはなかなか一朝一夕で解決できる問題ではないが、時間をかけて人々の中に「女性が社会で活躍するのは当然のことである」ということを植え付けることが大切である。その方法としては、やはり口先だけで女性活躍をうたうのではなく、目に見える形で女性活躍を進めていく過程で、女性が会社で働く姿を当たり前にもらうほかにないと思われる。

最後に私が今回の一連の調査で考えさせられたことについて述べて、締めくくりとしたい。私が、女性活躍において重要だと考えたことは、「人々の意識を変える」ということである。無論、制度や法整備は必要不可欠である。しかし制度だけがあっても人々の中にそもそも「女性は働くものではない」というような考えがあったならば、制度は形骸化するだけである。日本は昔から男性中心社会だったため、人々の潜在意識を変えることが容易なことではないのはわかる。しかし不可能ではない。実際、私の家庭では父が家事をしていたため、自分の中に性別役割分業意識は皆無である。このように、実際に女性が働いている、男性も協力して家事をするというのが当たり前で、いちいち「イクメン」などというおかしな言葉を使わなくてもよいと人々の中に刻まれれば、制度や法も十二分に生かせるのではないだろうか。

### （他班の報告を聞いてわかったこと・考えさせられたこと）

最初に関心を持った班は **G 班** で、テーマは「地場産業の現状と課題について調べる」である。この班は福井めがね工業とシャルマンという眼鏡を扱う企業にヒアリングを行った。企業のことの前に、少し用語について触れておこう。最初に「OEM」という言葉だが、これは製造したメーカーが販売をする会社の名前で商品を販売することで、簡単な例でいうとおもちゃ業界がわかりやすいだろう。例えば「ハイパーヨーヨー」は、ヨーヨーファクトリー、ヨメガ、ダンカンという海外ヨーヨーメーカーが製造していたが、ハイパーヨーヨーとして発売される時は、バンダイの名で発売された。これが「OEM」である。つぎに「ライセンス」だが、これは他社のブランドネームを買収することである。

それではまず福井めがね工業だが、この企業は眼鏡製造の全工程を鯖江で行っており、一生ものの高品質なメガネを製造している。もう一方のシャルマン（CHARMANT）は鯖江で最大の売り上げをほこる企業で、エクセレンスチタンというシャルマンオリジナルの最新技術を活かし、高品質なメガネを手掛けている。

これら二社に共通して言えることは、素材にチタンを使っていること、海外展開をしていること、安価な製品展開を見せている中国には品質本位で対抗していることなどである。ここから私が考えたことは、まず、海外展開をしている点である。やはり日本だけを市場として見ていては市場規模に限界があるため、販路拡大を目指し海外進出したことは大変良いことだと感じた。また、中国からの安価な製品に品質で勝負をしている点では、価格競争というナンセンスな戦略にならず、高価でも品質勝負を選んだところに、日本の眼鏡職人の維持を垣間見た。やはり眼鏡というのはユーザーにとって自分の目となりうるものであり、また一日のうち寝るときを除いて常につけているものなので、人々は多少高価でも末永く飽きることなく使える高品質なメガネを選ぶと企業側も踏んだのだと思った。高い技術力を持った日本が誇る鯖江の眼鏡が、今後も世界中で愛され続けることを願う。

次に興味を持った班は **H 班** で、テーマは「伝統食品産業の販売戦略について調べる」である。この班は米五と室次という味噌と醤油を扱う老舗をヒアリングした。流通における販売戦略として、どちらもネット通販やデパートなどへの出品、さらには問屋を介

さず直接販売を行うなどがあった。海外戦略としては、どちらもアジアを中心に進出しており、おもに中国、台湾、香港などの国々に進出している。課題としては、国内消費の低下、生産スピードの遅さ、高いコストなどが挙げられた。そして、ここまで 100 年以上お店を続けてこられた理由として、大量生産に移行しなかったこと、お客さんのために思いち道に続けてきたことが挙げられた。

ここから私が感じたことは、やはり伝統産業というのは基本手作業で生産の手間はかかるし、そのために価格が上がってしまうが、その絶対的な品質を理解してくれるお客さんの存在は大きいと感じた。お客様のため、誰かのために何かを一生懸命するというのは、日本人が最も得意とすることだと思う。それをいついかなる時も忘れずに、周りが効率重視の大量生産に走っても、伝統的な手法を守り抜いた両伝統的老舗には最高の敬意を払いたいと感じた。これからも日本の誇るべき伝統が守られ、発展することを願う。

最後に、関心を持った班は **I 班** で、テーマは「農作物の地産地消の取り組みについて調べる」である。この班は JA 福井市喜ね舎愛菜館とファームビレッジさんさんの二つ直売所をヒアリングした。

一般的なスーパーマーケットと直売所との違いとして、新鮮さを重視していること、外国産のものは売っていないこと、価格や包装は生産者によるもの、消費者とのつながりを大切にしていることなどが挙げられる。課題としては、家族連れの利用者が少ないということであった。

これらを聞いて私が感じたことは、絶対的な安全性を求める世の中で、直売所というのは、それらからかけ離れているように思えるが、実際は、無農薬のオーガニック野菜を、地元の農家の方たちが消費者のために作っていて、さらに直売所でのお客さんとのコミュニケーションからフィードバックを得て、次の生産に活かすという安全性と新鮮さがこの上なく確保された市場なのかと感じた。直売所はスーパーマーケットのように何でも売っていて、そこに行けばすべての食材が手に入るわけではないが、生産者の顔が見え、いつでも新鮮で安全な農作物を提供できるという意味では、スーパーマーケットに勝るものがあると感じた。これからは子育てに励む親御さんに直売所の良さが伝達されれば、より直売所は盛り上がりを見せると考えた。

(以上、勝山東慈のレポート)

D 班	17150191	木谷 佳乃子	キダニ カノコ
	17150272	坂井 穂花	サカイ ホノカ
	17150515	村田 理恵	ムラタ リエ
	17150540	八巻 ひかり	ヤマキ ヒカリ
	17150574	山城 菜海	ヤマシロ ナツミ
<p>「大型小売店の経営戦略について調べる」</p> <p>消費が頭打ちになる一方、郊外型ショッピングセンターや大型スーパー・ドラッグストアなどの立地が進み大型小売店間の競争が激化する中で、これらの大型小売店による顧客を惹きつけるための戦略や活動の実態、将来の方向性について、調べます。</p>			
10/20 13 時 30 分	協同組合福井ショッピングモール 京福バス大和田エコライン線 福井市大和田 2-1212 0776-57-2525 企画管理課 埜尻満央氏		
11/1 14 時 (予)	(株)ゲンキー 坂井市丸岡町下久米田 38-33 0776-43-9080 戦略本部人材開発部 桑野氏、牧野氏		
事前準備資料	<ul style="list-style-type: none"> <li>・フェアモール福井 FLOOR GUIDE</li> <li>・「イオンを拒んだ町-イオン飽くなき成長への執念・「眼鏡の鯖江」を悩ませた活性化の劇薬」日経ビジネス電子版 2014 年</li> <li>・『改訂新版 SC Management Book』2011 第 2 章第 1 部Ⅱ「SC と流通・サービス業の現況」、同第 2 部「まちづくりと SC」、第 6 章第 1 部 「SC の MD 戦略」</li> <li>・ゲンキー(株)「第 27 期中期経営計画説明資料」、「平成 29 年 6 月期決算短信」</li> <li>・ゲンキーほか新聞記事</li> </ul>		
教員	飯田・生駒		



## 事前学習レポート

### 1. 事前学習でわかったこと

まずはじめにショッピングセンターについて、与えられた資料を読む前から福井県にイオンがない理由について少しだけ耳に挟んだことはあったが、今回詳しい資料を読んでみてははっきりとわかった。福井県は以前、イオンを鯖江市に出店させようとしたことがあり、あともう一步のところまでできていたが、県や隣接市から大きく反対されて、出店を余儀なくされてしまった。その理由として、県下最大のフェアモール・福井やショッピングシティベルの売り上げ減少である。イオンを出店してしまうと、それらのショッピングセンターが生き残れなくなり、その上、県や隣接市の反対を押し切って出店するということで、鯖江市だけが活性化しても、しなくても、行政の雰囲気が悪くなるという大きな二つの懸念があった。

私は、福井県の人口が少ないということでイオン出店の優先順位が下がって、県内のショッピングセンターが栄えてきていた頃に、イオン出店の話が持ちかかったと思うので、もう何年か早く、フェアモール・福井などが栄える前にイオン出店に踏み切っていたら、鯖江市にイオンができていたかもしれないと思った。

次に、ドラッグ店のゲンキーについて、資料を読むまで本社が福井県坂井市にあるということを知らなかったが、ゲンキーは中期の売り上げが過去最高に達し、45 店舗の新規出店を行ったということで、非常に成長しているグループではあるが、まだまだクスのアオキには及ばず、北陸3 県では2 位である。現在では、福井、石川、岐阜、愛知の4 県に約 190 店舗を展開している。各県でシェア No.1 にならない限りは4 県から拡大せずに攻め続けるという。その上、今年1 月には、インターネット上にゲンキー公式通販サイトを立ち上げ、実際の店舗と共通した品揃え、ポイントで、実際の店舗では取り扱えない第1 類医薬品も取り扱う予定だという。さらに、来年までに30 店舗、再来年までに50 店舗の新規出店を考えており、今後も発展が期待できると思う。とても身近なゲンキーがこれほど成長しているとは驚きだった。

## 2. ヒアリング項目案

### フェアモール・福井に聞くべき事項

- ・最近、石川県に新小松イオンができたが、その影響はどれほどのものか。具体的に
- ・県外のショッピングセンターへの客の流出についての対策などはあるのか。具体的に
- ・これからも県民に利用してもらうための今後の見通しは。具体的な策略や姿勢

### ゲンキーに聞くべき事項

- ・売上げがうなぎ上りだが、これからもこの調子を保つための具体的な策略は。
- ・福井、石川、岐阜、愛知の4県でシェア No.1 になるための策略は。

# 公開プレゼンテーション

## 大型小売店の経営戦略について

D類  
山城菜海 八巻むかり  
村田理恵 坂井穂花 木谷佳乃子

## 目次

- ・大型小売店の現状
- ・ヒアリング先
- ・ヒアリング先の概要
- ・エルバについて
- ・ゲンキーについて
- ・比較(相違点、共通点)
- ・今後の見通し
- ・考察

## 大型小売店の現状

大型小売店の増加  
↓  
ライバル店の出現(エルバVSイオン、ゲンキーVSアオキなど)  
↓  
適安商品による集客(ゲンキー：冷凍食品)

## ヒアリング先

- ・フェアモール福井  
(協同組合福井ショッピングモール、愛称エルバ)
- ・ゲンキー株式会社

## ヒアリング先の概要

エルバ

- ・協同組合福井ショッピングモールとは

## ヒアリング先の概要

ゲンキー

- ・モットー
- ・福井、石川、岐阜、愛知に展開

## エルバについて

- ・新小松イオンの影響
- ・ターゲットにしている客層
- ・郊外に出店した理由

## ゲンキーについて

- ・目指しているところ…お客様の生活の質を上げる
- ・PB…他店との差別化、工場を持たない、中間業者の削減  
目標…PBのみの店舗に
- ・ライバル店との競争…売り上げの面では負けている  
大事なのは…

### 来客頻度

## 比較(相違点①)

価格戦略	規模拡大戦略
・エルバ →高め →品質重視(専門店)	・エルバ →規模拡大の予定なし →テナントのレベルUP
・ゲンキー →安め【量販大手】 →目玉商品を作る	・ゲンキー →シェアNo.1にこだわる

## 比較(相違点②)

PB戦略

- ・エルバ  
→なし(専門店のため)
- ユニー(アビタ)はある
- ・ゲンキー  
→G-PRICE(差別化)

## 比較(共通点)

### 経験から学ぶ

#### ・エルバ

- 常に新しいものを
- ex) エルバ/VIS福井駅前

#### ・ゲンキー

- スクラップアンドビルド
- 失敗から学ぶ
- (失敗しないから成功しない)

### 告知

#### ・エルバ

- SNS世代を狙う
- ex) Twitterアカウント作成

#### ・ゲンキー

- 特売日にCMを流す
- 積極的にCMを流していく

## 今後の見通し

### ・エルバ

- ・飲食に重点を置く
- ・常に新しいものを
- ・協賛組合だからできること

### ・ゲンキー

- ・通販サイトの利用率を高める
- 現状・売上げの2~3%
- 将来的に必須に
- ・安くしすぎてもダメ
- ・常に変化する
- ・お客様の立場を考える

## 考察

- ・情報をもっと拡散したほうが良い (特にSNS)
- イベントを開催する際
- 現地に行かないと情報が手に入らないのでは
- ex) エルバ/VIS駅前…投票方法、投票結果

### （ヒアリングを通してわかったこと・考えさせられたこと）

私が「大型小売店の経営戦略について調べる」というテーマで課題探求プロジェクトに取り組みたいと思った理由は、大型小売店というのはとても私たちの生活に身近であり、とても関心が湧いたからである。具体的に述べると、協同組合福井ショッピングモール（Lovely Partner Lpa）とイオン（新小松イオン）との影響や、福井県全体とイオン全体での確執や、ゲンキーが Vdrug やアオキなどの他のドラッグストアとどのように競い合っているのか、その影響について詳しく知りたいと思った。そして、ジャンルの異なる二店舗がどのような経営戦略をもって私たちの生活に豊かさをもたらしているのか直接的な結びつき、間接的な結びつきを私たちが知ることで、地域に根付いた Lpa とゲンキーに少しでも貢献することができないかということも考えた。

そして、「大型小売店の経営戦略について調べる」というテーマについて社会的な課題を述べると、近年、郊外型のショッピングセンターや大型スーパー・ドラッグストアが増加してきており、それに伴ってライバル店が出現して競争が激化している。この状況下で、大型小売店はどのように顧客集めをしているのか、その方法、実態について注目し、それらを踏まえて将来的にどのような方向に向かっていくのかを探った。この社会的課題は新小松イオンが最近出展されたことやドラッグストアの活発な競争に関連して、今まさに議論されているホットトピックであるので、非常に取り組みやすいものであり、誰にでもなじみ深い内容であると思われる。

次に最初のヒアリング先である、協同組合福井ショッピングモール（愛称 Lpa）について、ヒアリングに行く前のイメージとしては、どうしても新小松イオンの出現や唯一福井県にだけイオンがないことに感化されてしまい、そのことと比較して、告知・宣伝の努力を何もしていないのではないかという勝手なイメージがあった。そのほかにも、イオンのテナントと比較してエルパのテナントには魅力を感じなかったり、立地的に非常に不便であり、とても行きにくいというマイナスのイメージばかりであった。プラスのイメージとしては、福井で洋服や雑貨などを多く扱っている唯一の大規模店舗ということで、エルパに行かざるを得ず、エルパに頼り切っているということである。

次に、エルパでのヒアリングの内容について、協同組合福井ショッピングモールの仕組みは、専門店がたくさん集まっていて個店ではできないようなことが専門店全体で集

金してできるようになったり、組合が専門店から集める毎月の家賃を使って組合全体の利益に結び付くようなイベントなどをするというものである。そして、協同組合を乱すようなテナント、チラシ、売り方は受け入れない方針だそうだ。

ユニー（アピタ）と合同経営していくことになった経緯としては、専門店のエルパだけで経営するには小さすぎる。そこで、独立経営できるほどの実力を持っていて、生活にかかわる量販店のアピタに支えてもらって経営することで集客やテナントなどのコスト、経営の知識の面で相互的にメリットがあると考えたからだそうだ。コストの面では具体的に、3分の1はエルパ、3分の2はアピタが負担しているそうだ。合同経営の方法としては、それぞれ事務局は別で、運営、管理について定期的に打ち合わせを行うが、営業については（テナント）ライバルであり、エルパとアピタでテナントのジャンル調節はしていないそうだ。そして、郊外に出店した理由については、大きな店舗を作るには、面積が必要なのでどうしても郊外しかないらしい。いずれにせよ、郊外に作るのなら、国道に近く、車で行きやすいような土地、大規模な駐車場の確保、福井駅前との距離を考えて現在の位置にあるそうだ。

エルパの経営戦略について、近年石川県に出店された新小松イオンの影響については、新小松イオンができる前から売上げが落ち込んでいることには変わりはなく、影響はほとんどないそうだ。唯一大きいこととしては、これまで、エルパは石川県の顧客もターゲットにしていたが、新小松イオンが出来たことが要因で石川県の顧客を失った可能性がある。

エルパがターゲットにしている客層は20代、30代だが、17周年の現在、17年の時とともに、ターゲット層の年齢が上がっているらしく、したがって、ターゲット層はお金に余裕がある40代に変化したということになる。顧客とともに年を取ってしまうのでは、新しさが見えないので、若い世代に来てもらえるようなテナントの工夫が必要らしい。

テナントを入れ替えるときは出て行った店舗と同じターゲット層の店舗を再び入れるとは限らず、坪数の限度などで決めているという。H&Mなどの有名店をあまり入店することができない理由はなかなか有名店が求めている坪数や家賃とエルパの基準が一致しないことには入れることができないそうだ。有名店を入れるには、家賃などを高めて、人気を集め、相当の覚悟が必要だそうだ。

集客のための店舗配置の工夫としては、店舗のカテゴリーに分けて配置し、顧客が回

遊できるような導線・配置を考え、そのうえ、顧客の消費につなぐことができるようなイベントの企画に励んでいるようだ。単にイベントといっても、一般的なイベントではなく、閉店後のエルパの店舗を開放し、肝試し感覚でハロウィンイベントを開催したり、“エルパ VS 駅前”という名で話題性を求めたイベントを開催したりするような風変りのイベントの企画をしているようだ。そのようなイベントを宣伝・告知するためにエルパは SNS 世代向けにツイッターのアカウントを作成してアピールしているが、アカウントの知名度は未だに低く、これからの課題になりそうである。

最後に、エルパの将来の方向性について、今後は飲食を中心にテナントを展開していくとして、この先駆けとなったのは、エルパプラスやサーティーワンであり、若い世代を狙っていくように思われる。エルパ自体の規模拡大はコストがかかり、土地がないため行わないそうで、今現在できること、つまり風変りなイベントに力を尽くしていくということである。

ヒアリング後のイメージとしては、意外と宣伝努力をしているが、その努力が結果につながっておらず、そのうえ、テナントの選び方や種類には頭を悩ませているということが分かった。そして、大規模な土地を国道八号線に建てたことは若者が求める立地条件に適合していないように見える。

二つ目のヒアリング先である、ゲンキーについて、ヒアリング内容としてプライベートブランド商品を作る経緯や工程はゲンキーが主導となって原料選定を行い、工場は持たず、できる限り中間業者を減らしてコスト削減に努めているようだ。限られた中間業者も5年ごとに入れ替えし、新しい変化を求めているようだ。薬以外の食品や日用品を扱っている理由については、薬だけを置いていても生活必需品ではないので毎日顧客は入らないため、顧客の生活の質を向上させるために生活必需品である日用品や食品を販売して、常に顧客のためを思って営業しているようだ。

ゲンキーの経営戦略については、雰囲気ということで、安さ、綺麗さ、明るさを重視していて、店の照明は絶対通路を照らすよう心がけており、常に店が明るくなるようにしているようだ。

ゲンキーといえば毎日安い冷凍食品だが、その安さの秘訣は冷凍食品には利益を求めているからだという。この分の利益は薬で利益を上げることができているからだそうだ。通販サイトでの営業については知名度が低く、売り上げは未だ年商の約3%にとどまっており、今現在、通販サイトの売上向上に努めるつもりはないが、将来的には必要

な分野であるので今後伸ばしていくそうだ。

ゲンキーにはVdrug、アオキなどのライバル社が多数いるが、どの会社にも年商的には負けており、今後勝ち抜くためには常日頃来店する顧客の来店頻度を上げることが重要だと考えているそうだ。そして、福井、石川、岐阜、愛知の4県でNo.1にならない限り4県から拡大しないという目標を掲げていることに関して、どの業界にも通ずることだが、No.1にこだわる理由として、1位と2位では需要が大きく異なるので、2位ではなく、1位であることが必要だそうだ。

ゲンキーの将来性について、ゲンキーはかつて生鮮食品、日用品、化粧品のそれぞれの専門店を立ち上げたことがあるが、すぐに失敗してしまった。しかし、その失敗が現在のゲンキーにつながっているそうだ。そして、今後、売り上げ・利益向上のためにする戦略としては、売価をただ安くしてもその分を売らなければならないため、かえって大変になるので、売価の取り扱いには注意を払い、常に変化する人口の流れや顧客の立場に合わせて常に考えることに尽力していくそうだ。

次に2店舗を比較すると、エルパとゲンキーは大型小売店という点では共通しているが、それぞれ郊外型ショッピングセンターとドラッグストアという異なるジャンルであるため、相違点は多く見られたが、共通点は少なかった。

相違点として価格戦略、規模拡大戦略、ブランド戦略が挙げられる。価格戦略について、エルパは専門店であるため、質を重視し高価格であるのに対し、ゲンキーはドラッグストアであるため、質も重視しつつ、低価格の実現に成功している。規模拡大戦略については、エルパにはその予定はなく、規模を拡大するよりも、今現在できる、風変りのイベント企画を行うという。ゲンキーは福井、石川、岐阜、愛知の4県でシェアNo.1にならない限り、その4県以外には広げないという戦略を掲げており、その4県内では尽力して店舗数を増やすとのことだ。ブランド戦略について、エルパは専門店なので、プライベートブランドは存在しないが、アピタには存在している。ゲンキーには当然、G-PRICEというプライベートブランドが存在しており、他店舗と差別化するために作られ、将来的には、プライベートブランドだけの商品を置く店舗を作ること为目标にしているそうだ。

共通点としては、2店舗ともに成功、失敗の経験から現在のありようを作っており、現在の店舗やこれから先の店舗の在り方に影響を及ぼしている。二つ目の共通点として、宣伝が挙げられる。エルパ、ゲンキーともにイベントに関する情報、特売情報の宣伝が



十分に行われていないため、エルパはツイッターのアカウントに関するイベントを開催してアカウントの認知度を高めたり、ゲンキーはTVのCMを民間放送のニュースの時間帯や朝のニュースの時間帯に定期的流した方がいいと考えられる。

2店舗のヒアリングを通して、様々なことを考えたが、最も印象に残ったのは、アピール・宣伝力の圧倒的不足である。アピール、宣伝力がなければ、どんなに目新しいこと、風変わりなことをしていても、誰にも知られないのなら意味がないので、これから宣伝方法の工夫が必要であると考えられる。このことは福井の企業すべてに当てはまると思う。

### （他班の報告を聞いてわかったこと・考えさせられたこと）

私は関心を持った3班について、C班、G班、L班を選んだ。まず、C班について、「女性活躍推進の取り組み」をテーマに労働局【雇用・環境均等室】、損保ジャパン日本興亜をヒアリングしていた。そして、テーマにも起用されている、女性活躍推進法について、平成28年8月に働く女性の能力を十分に発揮できる社会の実現を目指して施行され、女性活躍に役立つ情報の公表をするという。私は、この法律のことは今までに聞いたことがなく、その内容についても聞いたことがなかったため、とても関心が湧いた。この法律が具体的にどのように働いているのかを詳しく知りたいと思った。労働局【雇用・環境均等室】もまた耳なじみのないところであり、厚生労働省の出先機関ということで主な業務として、労働に関する相談、仕事と家庭の両立支援、働き方改革、助成金の支給申請受付などであり、全面的に仕事と生活のワーク・ライフ・バランスの実現をサポートしているようだ。

女性活躍推進の日本の現状について、深刻なものが多々あり、女性の管理職率が先進国内で最低水準ということが挙げられ、日本では“管理職といえば男性の仕事”という概念が未だ残っているということが自明である。次に、専業主婦を希望する女性の割合が低下していることが挙げられ、生計を立てていくために仕事についている女性が多いことがわかる。そして、第一子出産後の離職率が高まっていることについては、20代後半から40代前半において仕事に復帰する女性が減少しており、女性の就業率のグラフでは、M字型の曲線になっている。近年では、M字曲線のくぼみが小さくなってきているが、未だに離職率の低下は抑えられそうにない。

次に、少子高齢化の加速とともに生産労働人口が減少していることもまた女性の就業率の増加を助長している事実といえる。最後に挙げられるのが、終身雇用・年功序列制度の崩壊である。このことが直接女性の活躍推進につながるということではないが、結果的に、女性の活躍を促すことになる。これらの日本の現状について、もっとも深刻である、第一子出産後の離職率の高まりと女性の管理職の背景には、性別役割分業の意識と長時間労働を前提とした労働慣行がある。私は、日ごろから耳にしている話題であったので、とても理解しやすく、日本の現状には未だに性別役割分業の意識がぼんやりと残っているということを再認識させられた。

次に、C 班の二件目のヒアリング先である、損保ジャパン日本興亜については、頻繁に CM など耳にする会社名であったが、どのような会社かは全く考えたことがなかったため、とても関心が湧いた。損保ジャパン日本興亜とは、車などで事故にあったときに顧客から電話を受け、代理店に連絡して顧客のもとに駆け付けてもらうという、代理店を通じた間接営業を行っているということが分かった。そして、損保ジャパン日本興亜は1年に2社のみが選ばれる、先進企業が輝く表彰、内閣総理大臣賞を2016年に受賞しており、女性管理職比率の拡大や、全社員の働き方改革、地域連携による女性活躍推進を積極的に行っている企業である。損保ジャパン日本興亜では、ワーク・ライフ・バランスのために、産前・産後休暇、育児休業制度、育児短時間勤務制度、キャリア・トランスファー制度などが供えられており、まさに日本全体の企業の鏡となる会社である。最後に、私は C 班の発表を通して、女性の就業率が高まっていることはよいことかもしれないが、現状として日本全体で考えると、ワーク・ライフ・バランスがうまくなされていないということが分かった。

次に、G 班について、福井の地場産業である眼鏡産業を取り上げており、現状としては、中国が低価格の眼鏡を大量生産し、追い上げられていることや、眼鏡流通の変化などが挙げられる。その現状とは裏腹に、福井のメガネフレーム生産会社である、福井めがね工業とシャルマンはどちらも一生ものの眼鏡や、使いやすさ、デザイン性などの品質を重視しており、それでもなお、海外に進出し、鯖江ブランドをアピールしていることが見受けられた。特に、シャルマンはしなやかさ、さびにくさを特徴とするエクセレントチタンを用いた医療機器の開発も行っており、脳外科の手術に用いられているという。私は、今までこの事実を耳にしたことがなかったので、鯖江の眼鏡会社の取り組みについて知ることができて非常に良かったと思う。とても伸びしろのある技術を持っていると思うので、アピール力の向上を期待したい。アピール方法の例として、福井だけでなく、全国で鯖江の眼鏡ブランドを宣伝する CM を放映したり、コンタクトレンズ普及の流れに逆らって、眼鏡販売専門店各地に鯖江の眼鏡を販売してもらったりすることが挙げられる。

最後に、L 班について、テーマは地域に居住する外国人の抱える問題とその対策ということで、福井県でこのテーマを掲げて調査するのは非常に困難だったのではないかと個人的に思った。なぜなら、福井県は全国 47 都道府県のうち、中でも外国人が特に少ない県だからである。福井県には、越前市で働いている外国人が特に多いらしく、非常

に集中居住しているように思われる。外国人、特に日系ブラジル人はそのような状況で多くの問題を抱えており、その問題を解決するために、越前市役所の外国人市民相談窓口や International Club が存在している。越前市役所の窓口では、外国人の方向けに様々な日本の HP を通訳・翻訳したり、生活に関する相談を行っているそうだ。International Club では、年齢、性別、国籍を超えた友達作りや、国際交流多文化共生活動を目的としたイベント企画や英会話教室を行っているらしい。どちらも外国人の暮らしを援助できているように感じられた。

(以上、坂井穂花のレポート)

E 班	17150329	田中 榛名	タナカ ハルナ
	17150345	坪川 穂香	ツボカワ ホノカ
	17150353	坪田 真佑奈	ツボタ マユナ
	17150477	牧野 日向	マキノ ヒナタ
	17150582	吉居 夏美	ヨシイ ナツミ
<p>「ICT を用いて事業展開する地域の企業について調べる」</p> <p>ICT が目覚ましい発展をし、次々と新しい技術やサービスが生み出されるこの分野では、さまざまな業種の企業が ICT を用いたり、ICT に関連する新業務展開をしています。新業務展開がどのようなもので、どのような課題に直面しているか調べます。</p>			
10/20 13 時 40 分	<p>オールコネク(株) 京福バス大野線済生会病院徒歩 15 分 〒910-2178 福井市柵野町第 15 号 1-2 0776-31-2100(代) 広報部 竹内真治氏</p>		
11/1 14 時	<p>エクシート(株) えちぜん鉄道西春江駅徒歩 10 分 〒919-0482 坂井市春江町中庄 61-32 090-7746-7502 創客事業部 笥英治氏</p>		
事前準備資料	<ul style="list-style-type: none"> <li>・Marke Hack の HP「最新!ネットビジネス 13 の種類【2017 年版】」</li> <li>・染谷昌利『小さな会社の Web 担当者のためのコンテンツマーケティングの常識』2015、1~3 章</li> <li>・北山聡「MVNO による携帯電話サービス事業の変化の現状について」2017</li> <li>・総務省『情報通信白書』(平成 27 年版)第 3 章「地域の未来と ICT」</li> <li>・総務省『情報通信白書』(平成 28 年版)第 2 章「IoT 時代における ICT 産業動向分析」</li> <li>・総務省『情報通信白書』(平成 29 年版)第 1 章「スマートフォン経済の現在と将来」、第 6 章「ICT 分野の基本データ」</li> </ul> <p>+オールコネク、エクシート両社の HP</p>		
教員	井上・飯田		

### 1. はじめに

E 班のテーマは「ICT を用いて事業展開する地域の企業について調べる」ということで、次々新しい技術、サービスが生み出される ICT の分野で活躍する、新事業展開を調査する。配布された資料を班員で分け、私は「ICT 分野の基本データ」、『小さな会社の Web 担当者のためのコンテンツマーケティングの常識』のふたつを担当した。まず、前回の授業で分かったこととして、ICT とは Information and Communication Technology（情報通信技術）の略であり、以前 IT と呼ばれていたものと同じである。また IoT は Internet of Things（モノのインターネット）の略でありモノがインターネットのように繋がり、情報交換することにより相互に制御する仕組みのことである。

### 2. 「ICT 分野の基本データ」

この資料は基本データというだけあってほぼグラフだった。まず ICT 産業の動向として、ICT 産業の経済規模が述べられており、情報通信産業の市場規模（国内生産額）は全産業の 9.9%を占めており、全産業の中で最大規模である。IT バブル崩壊（2000 年～）とリーマンショック（2008～09 年）の影響を受け大きく生産額を落としたが、2012 年以降回復傾向にある。また、情報通信産業の実質 GDP（国内総生産）は全産業の 9.3%を占める。これは、商業、不動産に次ぐ規模である。ICT 産業の経済波及効果は付加価値誘発額および雇用誘発数において、全産業最大の規模である。情報通信産業は技術革新の影響が大きいいため、雇用誘発力よりも付加価値誘発力が強くなると考えられる。日本の情報化投資は約 11 兆円であり、その内訳はソフトウェアが最も多く約 7 兆円となっている。

情報通信業はおよそ 12 の業種があり、電気通信業、ソフトウェア業、出版業など様々である。なかでもソフトウェア業、インターネット付随サービス業が活発である。インターネット付随サービス業とは、たとえばウェブコンテンツ配信業、ショッピングサイトの運營業などである。今後新たに展開したいと考える事業分野について、最も多くの企業が回答したのは、「クラウドコンピューティングサービス」であり、「ウェブコンテンツ配信」、「情報ネットワーク・セキュリティ・サービス」が続く。クラウドコンピューティングとは簡単に、サーバーやデータベース、ソフトウェアなどのコンピューティングサービスをインターネット経由で配信することである。

### 3. 『小さな会社の Web 担当者のためのコンテンツマーケティングの常識』

まずコンテンツマーケティングとは、有益で説得力のあるコンテンツを制作、配信することによって客を引き寄せ、獲得し、関係を築くためのビジネス手法である。そこで大切なのは、情報を継続的に発信すること、読み手のメリットになるような内容を書くこと、効果的に拡散することの3つである。

この本では「価値＝人間の役に立つ情報×希少性」であると定義する。独特な切り口や裏付けデータが多いなど、独自の情報が多いほど希少性が高まる。コンテンツ作成の大原則として、対象となる読者に響くタイトル（気づき）、対象となる読者が理解出来る内容（翻訳）、対象となる読者が行動に移したくなる便益性の提供（意欲の向上）を挙げる。問題点に気づき、改善が必要だと理解し、実行したくなることが大切なのだ。こういったマーケティングにおける重要なことを意識し、情報発信を続けることでリーダーを獲得し安定させることができる。新規だけでなく長期的に利用してくれるユーザーを獲得したい。また、情報発信の手段となるメディアについて、それらを理解し使い分けることが大切である。メディアは SNS をはじめ、メールマガジン、PDF、音声、動画、書籍など様々である。

次に、コンテンツ作成のための4ステップとして、自分（自社）の独自性や特徴、得意分野の棚卸しをする、想定読者の見える化をする、潜在的顧客（見込み客）の気づき、既存客のフォローとなる内容を抽出する、コンテンツ化する、を挙げる。コンテンツ作成には5W1Hも役に立つ。順を追ってコンテンツを作成することが大切である。コンテンツマーケティングには、写真や動画も役に立つ。ただそれらを利用するだけでなく、どのような写真、動画が効果的か考えることも重要となってくる。読みやすいデザインやレイアウトも効果的に働く。

### 4. (株)オールコネクト

事業内容

「インフラプラットフォーム事業」、「VNO 事業」

商品・サービスを提供し、コネクトセンター運用、Web 広告運用、Web サイト作成、システム構築といった、独自のサービスに、Web に特化したノウハウを乗せ、ハイスピードな Web でお客に価値を提供する。

## 5. ヒアリング項目内容

私が担当した資料に関連する質問を考えた。

- ・(株)オールコネクトさんが考える「価値」とは何か。
- ・情報発信において重要だと考えること、気をつけることは何か。
- ・情報発信産業の経済効果について



# 公開プレゼンテーション

## ICTを用いて事業展開する地域の企業について調べる。

E班  
田中優希 坪川穂香 坪田真佑奈  
牧野日向 吉原恵美

## 目次

- ・班テーマについて
- ・オールコネクト
- ・エクシート
- ・考察

## 班テーマについて ～ICTを用いて事業展開する地域の企業について調べる～

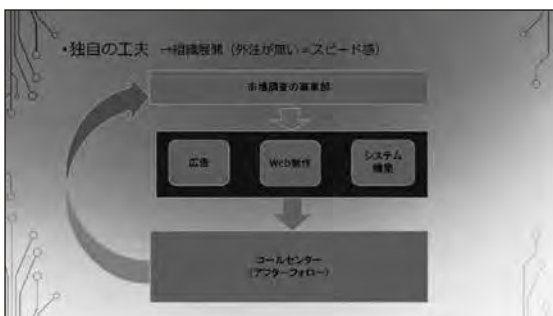
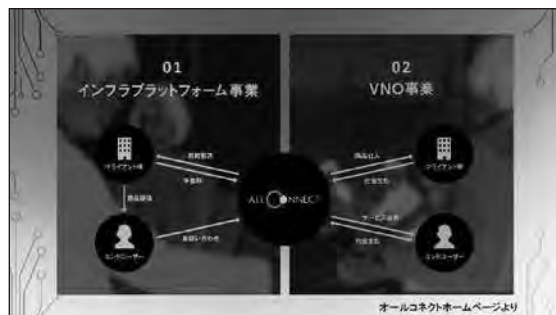
- ・ICTの自覚ましい発展、新しい技術やサービスの創出  
→様々な業種の企業がICTを利用、ICTに関連する新業務展開
- ・新業務展開における課題の調査

## ヒアリング先の概要 ～オールコネクト～

- ・会社名：ALL CONNECT
- ・設立：2005年4月21日
- ・スタッフ数：455人
- ・事業内容：インフラプラットフォーム事業  
VNO事業

## ヒアリング結果 ～オールコネクト～

- ・事業内容
  - ・どうしてネットの卸売業に？  
→露店で訪問販売に限界→webで販売
  - ・インフラプラットフォーム事業とは？  
→ネット回線の代理店
  - ・VNO事業とは？  
→ネット回線の自社ブランド



## ヒアリング結果 ～オールコネクト～

- ・苦戦した点
  - 量高で営業停止。商材が営業ストップ → 今の事業への転換
- ・危機感
  - 誰でもできる。競争が激しい。移り変わりが早い
- ・将来について
  - 電気、ガス、水道=生活インフラをすべて販売！

## ヒアリング先の概要 ～エクシート～

- ・会社名：株式会社エクシート
- ・設立：1963年
- ・スタッフ数：67名
- ・事業内容：webマーケティング  
グラフィックデザイン制作  
医薬品・金融業界向け印刷  
出版

## ヒアリング結果 ～エクシート～

- ・事業内容
  - ・どうしてネット事業を始めた？  
→紙媒体の需要の低下 インターネットの普及・システム化
  - ・印刷とweb事業の割合  
→web事業の6、7年前は1%未満
  - ・オンライン校正  
→オンライン上で校正のやり取りをする  
→時間にとらわれない データ管理が容易

### ヒアリング結果 ～エクシート～

- 県外に支社を置かない理由
  - ちとちと地元の印刷会社 地域密着型 地場を固める
- 求める人材とは
  - 新しいことを学ぶ意欲がある人
  - ワクワクしながらものにする人

### ヒアリング結果 ～エクシート～

- 独自の工夫・強み
  - 精密な印刷技術 セキュリティー能力の高いクリーンルーム
- 危機感
  - システムエンジニアの不足
- 将来について
  - オンライン上で顧客がデザインし注文できるシステム
  - 会員性マーケティングの拡大

### 相違点

- 福井に本社がある理由
  - オールコネクト・・・ネット事業は場所を問わない
  - エクシート・・・ちとちと福井の地元印刷
- システムの活用方法
  - オールコネクト・・・自社構築
  - エクシート・・・他社のものを利用

### 共通点

- 時代に合わせてネット利用
- 働く上で情報通信の技術が無くてOK

### 考察

- 求められるものの移り変わりが激しい
- エンジニアはぜひ福井大学工学部を！
- 生活インフラが全て揃ってもらえると利用しやすそう

### 考察

- 今後、事業の効率化を図る上で、ICTを利用する企業が増える
- 競争相手が増える
- 技術の移り変わりについていく必要がある
- ネット上にトラブルが起きた時の被害が大きい
- ネットに出回る情報量が膨大

### 今後について～解決策～

- 持続的にパートナーとなる企業やお客を増やす
- 客との信頼を築く
- 市場調査に力を入れる
- ビジネスポイントを見つけて、他のものに手を出さず、それを極める

### （ヒアリングを通してわかったこと・考えさせられたこと）

E 班はめざましい発展をし、次々と新しい技術やサービスが生み出される ICT の分野で、それらを用いるさまざまな業種の企業が、どのような新業務展開をしており、どのような課題に直面しているかを調べるため、(株)オールコネクトさんと(株)エクシートさんにヒアリングを行った。ヒアリングでは主に、事業内容、場所・人、問題意識、将来の4項目について質問をした。情報通信産業の分野はその仕組みの理解が難しいこともあり、事前調査の段階でつまづく点が多かった。また、ヒアリングを行った2つの企業はそれぞれ事業内容が大きく異なることもあり、班での考察も難航した。これから、その班での考察についてと、私個人が気付いた2つの企業の共通点・今後の問題について述べようと思う。

まず、班での考察を簡単に述べると、「今後、多くの企業が事業の効率化を図り、ICTを利用する企業が増える」ということである。つまり、多くの企業がネットを利用して、場所・年齢のさまざまなお客を相手にしていく、また、ネットのシステムを利用することで個人でも簡単にネットビジネスを展開していくことができると考えられるため、「事業を行う上での競争相手が増える」という問題がまず挙げられる。

次に、情報通信産業は日々進化、発展をしていく分野であるので、「技術の移り変わりについていく必要があること」、情報も途切れること無く増えていくため、「情報量が膨大であること」、また、「ネット上でトラブルが起きた時の被害が大きい」という問題が挙げられた。これらの解決策として班では、「客との信頼を築き、持続的にパートナーとなる企業やお客を増やす」「市場調査に力を入れる」「ビジネスポイントを見つけてそれを極める」としたが、正直具体的な解決策では無い。

情報通信分野で具体的解決策を提案するのは難しいものだったが、班での考察について自分なりに解説すると、まず「客との信頼を築き、持続的にパートナーとなる企業やお客を増やす」について、今後ネットを利用する企業が増えると、お客は、より便利なもの・安いものなどを求めて別の企業へと移ってしまう可能性が考えられる。同時にネットに目を向けるお客も増え、新しいお客を呼び込むことも可能かもしれないが、それらは不安定であり、売り上げなどもお客に左右されてしまうと考えられる。そこで、今後はひいきにしてくれる固定客を増やすことがポイントとなってくる。方法はさまざま

であり例えば、ネット上での会員制のサイトを作る、積極的な情報提供で信頼を得る、質を高めお客に満足してもらいリピーターを獲得するなどが考えられる。

次に「市場調査に力を入れる」について、情報量が膨大となるネットでは、それらの調査に力を入れ、お客のニーズをつかむ必要がある。ネットの移り変わりが激しいのと同様に、人々の流行、需要も日々移り変わっている。ICT企業はお客と直接顔を合わせる機会が少ないため、直接的な要望を聞く場面は少ないと思われるので、ネットを活用しお客の需要の変化を読み取らなければならない。時には予測することも大切となってくる。

最後に「ビジネスポイントを見つけてそれを極める」について、業務を情報化することは、効率も格段と上がり、これまで出来なかった新しい事業を幅広く行うことが可能となってくると思われるが、あれもこれも手を出すことは非常に危険な行為である。ネット事業は簡単に言えば当たり外れがある。もし当たりの事業を展開することができたならば、それを安定させることが大切となってくる。いくらやっても利益の見える見込みのない事業は手を引くことも考えなければならない。激しいネットの移り変わりの中に埋もれているのでは、生き抜くことは難しいだろうと思う。

ヒアリングを行った2つの企業は異なる業種であり、ネットの利用の仕方も異なっているため、比較が難しく、共通点があまり見つけられなかった。中でも、班で見つけた2つの企業の共通点は、時代に合わせてネットを利用したこと、入社時に働く上で情報通信の技術の有無は問わないこと、の2つだったが、改めて個人で考えると共通点と言えるものがいくつか見つかったので紹介する。

まず、どちらの企業も元々はネットを取り入れてはいなかったということである。どちらもそれまでアナログで行っていた業務をデータ化したのである。オールコネクトさんははじめ、営業として一軒一軒のお家をまわり、商品を売っていたが、豪雪に遭い営業が困難になった時に、ネット事業に力を入れてみたことがきっかけで情報通信を取り入れた。エクシートはもともと地元の印刷会社という立ち位置であったが、紙媒体で業務を行う非効率さ、その紙媒体の需要の低下などもあり、効率化を図ってネットを取り入れた。オールコネクトさんのきっかけは個人的に意外なことで、もし豪雪がなかったならば今の成功している業務は確立できていなかったのだろうかと思った。どちらの企業も、情報通信を取り入れてから、それらを発展させ、より効率的になるよう努めているようで、仕事を始めてからも勉強することが多くあるのだという。エクシートさんか

らは、入社してから1年ほどはほとんど座学を行っていると言きかなり驚いた。学生だけが学んでいる訳ではなく、就職してからも学ぶべきことは数多くあるのだなと思った。

ここで、業務のデータ化についてメリット・デメリットを自分なりにまとめてみた。まずメリットは、情報伝達のスピードが速いこと、場所に制限されないこと、スペースを減らすことが出来ること、データの蓄積・管理が容易であること、ミスが軽減されること、修正が容易であること、費用削減につながること、劣化の恐れが無いことなどが考えられた。特に中でも、情報伝達のスピードが速いことが最大のメリットであると考ええる。仕事を行う上で時間の削減はかなり効率化に繋がるのではないかと思う。相手先に訪問するまでにかかる時間、相手先との予定を合わせなければならない、残業に繋がるなど、仕事上での時間のトラブルは多いのではないだろうか。また、たとえ訪問営業などは行う必要があったとしても、ネットを利用することで、大量の情報データをタブレットひとつで運ぶことが出来る。

このように業務のデータ化はかなりの効率化を生むことが分かるが、当然デメリットも考えられる。たとえば、ネットトラブルの影響を受けやすいこと、データ消失の危険性、データ改ざん・漏洩の危険性、対面コミュニケーションの減少などである。これらの改善策としては、まずデータはこまめにバックアップをとっておく、またセキュリティを強化することが挙げられる。これらは、言うことは簡単であり、トラブルを防ぎ切れない可能性があるが、やるに超したことはないと思われる。対面コミュニケーションの減少に関しては、具体的な解決策が思いつかないが、ネットを利用することで代わりに、幅広い地域の人との関わりを増やすことが出来る。地域にとどまらず、世界中の人と関わる機会にも繋がっているので大目に見たい問題である。

ネット企業の将来について、今後ネットを取り入れていく企業は増えていくだろうという班の考察を述べたが、ヒアリング時にエクシートさんより、それを踏まえた今後の課題はエンジニアの不足だろうと聞いた。

確かに、今後企業が求めていくのは、情報処理に長けた人材であるかもしれないが、それが全てでは無いと私は思う。情報技術に関しては、入社後の教育などで身につけ、伸ばしていっても遅くは無いだろうと、人材育成について聞いた時に思った。エンジニア不足の問題を解決するために大切となるのは、新入社員の教育であると思う。適当に学んでもらい仕事を与えられても、うまく仕事がこなせないと、会社を辞めることに繋がってしまうかもしれない。その後の戦力を確実に得るためにも、入社後の徹底した教

育はかなり必要となってくると思う。そのため、入社前の技術の差は気にしすぎではないと私は思う。大事なのは、社会人になってからも学ぶ意欲を捨てないこと、また自分の特技は新しく学んだことに活かしていくことがいいと思う。

情報技術産業は移り変わりがはやいとあったが、ネットの移り変わりのはやさはどの分野にも影響していくと考える。今の世の中ネットを取り入れた企業はすでに多く、また、ネットを利用している人口もかなりの大きさであるといえる。日々企業や人々から大量の情報が流通し、左右されているのが今の世の中である。それらに合わせていくことも確かに大事なのだが、私はむしろネットを引っ張っていくことも重要なのでは無いかと思う。ネットでの発言力が高まると、それだけトラブルを招く危険性も高まるが、やはり自分の有利なように人々を動かすことが出来る。有名人などは1つの発言に何十万人、何百万人、またはそれ以上の人が反応することもある。ネットビジネスはいかに見てもらうかで、売り上げに大きく関わることがある。流れに合わせるのではなく、流れをつくる工夫も重要である。

今後展開していきたい事業についてヒアリングをおこなった時に、生活インフラ（電気・水道・ガスなど）をすべて販売したいと言われていて、便利なのかと思ったのだが、改めて考えてみると怖いと思うところがあった。生活のすべてのものをひとつの会社と取引するわけで、その会社の景気、不景気に合わせて、顧客の生活が大きく左右されないかといった心配がある。

ネット事業というのは前にも書いたが、対面コミュニケーションの機会が失われてしまう。文字のみ、声のみのやりとりでは正直安心感を得られないこともあると思う。さらに生活インフラは、ネット回線もそうだが目に見えにくいモノのやりとりであるため、取引を実感しにくいこともあるのではないだろうか。詐欺などもネットに多く出回っているので、ネットに進出する企業の課題としては、いかにネット上で人々の信頼を得られるか、ということも考えられると思う。怪しい、と思われたいために十分な情報提供と、サポートを心がけてほしい。

情報通信技術を取り入れる企業が増えていく世の中で、企業が気をつけるべき課題についてまとめると、「競争相手が多い」「技術の移り変わりがはやい」「情報量が膨大」「データの管理」「人材不足」「信頼を得る難しさ」の6つとなる。ネットで新事業を展開する場合は、これらの課題の十分な対策を考えることが大切である。

### （他班の報告を聞いてわかったこと・考えさせられたこと）

**B班**のテーマは「企業や自治体の人材育成について調べる」ということで、就職に役立つようなテーマだなと思った。福井鋳螺と福井県庁の求める人材として、どちらも積極性のある人、協調性、信頼関係を築ける人とあった。採用で見るポイントとして常識があることは第一として、他に対応力などを見ているようだ。私の班でのヒアリングでも、求める人材について質問したのだが、IT 関係ということもあり、会社に入っても学ぶ意欲のある人と挙げられていたが、積極性と捉えると共通する部分があるなと思った。積極性は様々な業種の企業で求められていそうである。

企業に入ってから教育としては自主研修、強制研修、資格支援の3つがあるそうだが、ボランティア講師として新人教育を行っているという話には驚いた。そのボランティア講師となった職員こそ積極性の持ち主であるし、手本となる人材であると思う。移り変わりの多い世の中であるので、いつまでも同じことをし続けているのではだめだということは、他の班の報告を聞いていても共通して思うことだったので、新しいことに取り組む姿勢がどの企業にとっても大切になってくると思う。

また自分のヒアリング先の話になるが、2つの企業はそれぞれ求める人材は何かという質問に対し、「何かに挑戦したことがある人」、「ワクワクしながらものにする人」といった不思議な回答が返ってきた。つまりは積極的な人なのかと私は思ったが、どちらの回答も抽象的で、積極性だけではない意味が含まれているのかと感じた。企業の立場に立って考えると、いくら積極的で、言葉遣いも完璧で、どの仕事もこなせるとあっても、人によっては採用しないこともあるかもしれないと思う。例えば、まじめな印象だと職場の空気が明るくならないかもしれないし、他の職員のプレッシャーになるかもしれない。正直のところ、感覚的にしか分からないのだが、自分がよくても周りの人にとってあまり良い印象をもたないこともあると思う。ひとまずどんなことでも挑戦してみないと、自分のためにも人のためにもなることには気づけないのだろうと思わされた。

**H班**のテーマは「伝統食品産業の販売戦略について調べる」であり、福井の老舗の伝統食品企業にヒアリングを行ったそうで、実は私が第一希望にしていたこともあり関心があった。江戸時代から続けられている企業であるそうだが、はじめそう聞いたとき、伝統的なものは値段が高かったりする印象もあり、また最近では安い海外食品も多く出

回っているのに、経営が厳しいところがあるのだろうかと思ったが、H 班の報告を聞いて、そうでもないということが分かった。H 班がヒアリングに伺った米五と室次はそれぞれ味噌と醤油の会社であり、昔はそれらをメインとしていたが、現在ではお総菜やお菓子を販売していたり、健康によいことを売りにしていたりして、時代に合わせて変化させていると分かった。

どちらの企業も昔と今での販売戦略の変化として、問屋に頼らなくなったとある。問屋に販売を委託してしまうことで、流通を把握できずお客の求めるモノも気付きにくいことがあったのだと考えられる。報告のまとめとして、現在まで続けることができたのは、大量生産に手を出さなかったからだであったが、確かに大量生産をすると価格は安くなり、市場も増えるが、万が一失敗してしまうと取り返しがつかないと思った。それぞれのもつ伝統食品の良さである、味、天然であること、健康によいことなどをのびしていったからこそ、国内海外を問わず、利用してくれるお客がついたのだと思う。

福井の他の伝統産業でも海外の企業が信頼して利用していると聞いたことがある。それもまた、伝統品のもつ良さを追求したからこそ、価格が高くとも根強く利用してくれるのだろうと思う。これらから私は、伝統産業企業は多くのお客を相手にするのではなく、強く信頼してくれるパートナーのような存在を大切にすべきなのだと思う。

L 班は「地域に居住する外国人の抱える問題とその対策について調べる」というテーマのもと、越前市役所と International Club にヒアリングを行ったそうだ。なぜ越前市役所なのだろうかとはじめ思ったが、福井県の中でも越前市がもっとも多いと聞いて驚いた。外国人の出身国の割合はブラジルが圧倒的に多いが、日本とブラジルは近くて遠い国のように言われているので納得した。越前市役所には外国人の割合の通りポルトガル語が話せる職員が 3 人、中国語は 1 人いるのも知らなかった。主に外国人に対して通訳、翻訳、相談の活動をしているそうだが、もっと外国人のために出来ることのあるのではないのかと思う。一方 International Club ではイベントや教室を企画しているそうだが、それも居住する外国人のもつ問題解決に繋がるのだろうか疑問に思った。外国人の抱える主な問題は、言語、宗教、労働についてであり、学校に通う外国人の子供の問題、カトリックが少ないこと、物価が高く本国に仕送りが出来ないことなどがある。日本人と外国人が互いに協力しあう、多文化共生社会を目指すべきであると述べていたが、それが最も難しいのだと思う。

越前市役所も International Club もお互いに、自分達が出来ないことをやってくれ



とのことだが、報告を聞いていてお互いやっていることは相談くらいでほぼ一緒ではないのかと思った。お互いが出来ないことをやってくれ、という投げやりな感じではなく、お互い協力してほしいと思った。報告でも述べていたように、市役所側には外国人の日本での生活をよりよくするための情報提供に力を入れてほしい。**International Club** は気軽に入れる空間も大事だが、呼び込むのではなく自分達が積極的に外へ出てはどうだろうか。外国人と地域の人との交流を深められるとよいとは思いますが、言語や文化の違いの問題は深刻なので、その仲介をすることが **International Club** の役目なのではないかと報告を聞いていて思った。人手不足なら、英語を勉強している中学生や高校生、それこそ私たちのような大学生に声をかけてみてはどうだろうか。福井に住むご老人方に理解を求めるのは違うと思うので、若い者が動くべきなのだろうと思う。

(以上、田中榛名のレポート)

F 班	17150060	内田 百音	ウチダ モモネ
	17150124	織田 菜々美	オタ ナナミ
	17150183	河嶋 伶海	カワシマ レイミ
	17150426	平田 晶也	ヒラタ マサヤ
	17150434	廣瀬 まい	ヒロセ マイ
<p>「ネット社会の進展に対する地域マス・メディアの戦略について調べる」</p> <p>インターネットや SNS の発展の中で、新聞や放送といった伝統的なマス・メディアは新たな対応に迫られています。その中でこれまで地方のメディアの中心にあった地方新聞や地方放送局がどのような戦略に乗り出しているのかを調べます。</p>			
10/20 14 時	(株)福井新聞社 京福バス大和田エコライン線 〒910-8552 福井市大和田 2-801 090-5173-8862 経営企画局 森瀬明氏		
11/1 14 時	(株)福井放送 京福バス大和田エコライン線 〒910-8588 福井県福井市大和田 2-510 0776-57-7805 経営管理局人事部長 白石憲浩氏		
事前準備資料	<ul style="list-style-type: none"> <li>・野村総研「地方メディア再生に向けた業界再編の可能性」2009</li> <li>・茨城大地域メディア研究会「地域メディアの現状-ハイパーローカルの可能性」2016</li> <li>・北風裕教ほか「地域再生を目的としたインターネットテレビ局の活動報告」2010</li> <li>・大林寛「地方紙はもう一度ローカルナンバーワン媒体となれ」2013</li> <li>・愛媛 CATV「ローカルメディア連携の現状-市民が主役、街じゅうがスタジオ」2017(PPT)</li> <li>・総務省『情報通信白書』(平成 27 年版)第 3 章「地域の未来と ICT」</li> <li>・総務省『情報通信白書』(平成 29 年版)第 5 章「熊本地震と ICT 活用」 + 福井新聞、福井放送両社の HP</li> </ul>		
教員	井上・田中		

## 事前学習レポート

### ① 事前学習で分かったこと

ICT、インターネットの普及により地方放送局や地方新聞社の存在意義や在り方が変わってきていることが分かった。

新聞社では広告主がインターネットへ広告を出すほうがより多くの情報、利点（広告効果の数値化、分析や可視化のしやすさ＝広告満足度の可視化の容易さ）が得られ、広告収入が減ってきている厳しい現状が書かれていた。しかし、これは地方新聞社にしかできないことも模索するいい機会であり、ある程度の人々に重要な情報は新聞よりも早く入手できる環境にある今、すべての人が同じような新聞を読む必要はなくてむしろとなりの家の人と違う新聞、一人一人違ったその人だけの新聞があってもいいはずだという内容を読んで、確かに、ありふれた情報しか載っていない新聞よりも自分に向けられた（例えば、自分が新聞に載っている場合、センター試験を受けた後の解答速報が見たい場合など）もしくは有益な情報が載っている新聞を買いたいと誰もが思うはずだと再認識した。そのためにはより地域に密着した、地域のこだわりを発信していくべきで、そうすることでコミュニティ意識や地域のアイデンティティ形成に役立つということが分かった。市民スポーツに関する報道は地域の関心事として好まれるということは意外だったが考えてみれば幅広い年代の人に親しまれているスポーツに関心が高まるのは当然のようにも思われた。

地方放送局にもよりローカルに根ざした取り組み、番組が必要になってくると思われる。福井は大学の入学式をテレビで放送していて、出席している大学生にインタビューまでして衝撃を受けたことを覚えている。放送局は新聞社と違い ICT の発達によってどちらかという恩恵を受けているように思われた。地方放送はいわゆるキー局の番組をそのまま放送するだけで電波料としてお金が入ってくるということで、事業面でも経営面でも依存している部分があるということはよく知らなかったのが勉強になった。このことは、地方放送局が独自の地方に根ざした番組を放送してローカルに根ざした取り組みとキー局の制作した番組を放送して安定をとるかのバランスが難しいところであると思った。

ICT を活用して高校生が自主制作する地域再生を目的としたインターネットテレビ

局の例は ICT、インターネットは広告主を奪うという悪い印象で捉えるのではなくむしろ活用することもできるいい例だなと思った。また、災害が発生した場合インターネットの情報よりもテレビ局などのメディアの情報は信憑性が高く頼れる、なくてはならない存在であり、ICT の発達により緊急時にも情報が伝わる環境づくりの役にも立っておりどちらも欠かせないものであるということを再認識した

## ② ヒアリング項目案

(共通に聞くこと)

- ・地域に密着した取り組みに対する思いや地域の人々の評価、感想について

(福井新聞社)

- ・朝刊専売紙としての利点、こだわり
- ・電子版の運用、その利用率や購読者からの声
- ・高い普及率の要因と考えているもの、こと

(福井放送)

- ・災害時における福井放送の情報発信の在り方への考え、取り組み
- ・キー局制作番組と福井放送独自番組との差別化に対する意識、考え

# 公開プレゼンテーション

## ネット社会の進展に対する地域マスメディアの取り組みについて

F 班

内田 百音 橋田 真々美 河崎 伶海 平田 晶也 廣瀬 まい

## 目次

- このテーマの説明
- 福井新聞社の事業、活動内容
- 福井放送株式会社の事業、活動内容
- 二社の共通点
- 二社の相違点
- このテーマに対する考察
- このテーマに対する提案

## F班のテーマについて

ICTの発展 = 通信技術の発展

誰でも情報が発信できる状況

誰でもネットでニュース、TV番組を見られるように

新聞社、放送局共に対策が必要になってくる

どの様に新聞社、放送局は取り組んでいるのか？

## 福井新聞社 事業内容

- 創立 1899年 2月11日
- 発行部数 206,500部
- 事業内容 日刊新聞発行
- シェア率 約7.5%
- 主催イベントの開催、D刊アプリ、HP、LINE、Yahoo! Newsへニュース配信

**D刊**

<http://dai.fukui-nbun.co.jp/preview/>

## 福井放送 事業内容

radiko.jp FUKUI

<http://radiko.jp>

- 創立 1952年 3月6日
- 1952年7月20日 「ラジオ福井」としてラジオ放送開始
- 1960年6月1日 テレビ放送開始
- 日テレ系列とテレ朝系列のクロスネット放送
- 略称 FBC
- 今年4月からFM放送を開始
- 「radiko」でのラジオ配信

## 二社の共通点

## 地域に寄り添った取り組み

福井新聞社	福井放送
<ul style="list-style-type: none"> <li>「グローバルとハイパーローカル」という理念</li> <li>地域に寄り添い、共に汗を流し、共に考える新聞社でありたい</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>「おじゃまっテレ」「ぶらり子育てしゃべり隊」など、福井放送オリジナルの番組作り</li> <li>社会、地域に根ざし、地域の人々に共感してもらえよう心掛けている</li> </ul>

## 新聞、テレビ離れに対する取り組み

福井新聞社	福井放送
<ul style="list-style-type: none"> <li>子育て世代、シニア向けの記事を増やす取り組み</li> <li>NIE（教育向け）の新聞、MYB（社会人、就活生向け）の新聞</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>街中でのインタビューや、ファッションの特集</li> <li>「ラジコ」やHPなどのインターネットにおける取り組み</li> <li>視聴習慣を付けてもらうための取り組み</li> </ul>

## ICT（インターネット）の発達に対する取り組み

福井新聞社	福井放送
<ul style="list-style-type: none"> <li>記者が自宅からでも記事を書ける環境ができた</li> <li>多彩なニュース配信が行われている</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>取材が簡単に出来るようになった</li> <li>文章だけでなく写真も送れるようになった</li> </ul>

## 記事、番組の選び方

福井新聞社	福井放送
<ul style="list-style-type: none"> <li>話題性、速報性を重視</li> <li>自分達に身近で、地域の人目線で</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>社会性、話題性を重視</li> <li>よそ者、若者、普通から少し離れた人、今までと違う人にスポットを当てる</li> </ul>

# ～二社の相違点～

## 地域性の高さ、独自性の高さと自由度

福井新聞社	福井放送
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 単刊の半数ページ以上が地元の特集</li> <li>● 月曜日と欠曜日は県内のスポーツ記事を掲載</li> <li>● 記者自らの地域活動</li> <li>● コウノトリ保護、用水路清掃、川力など</li> <li>● うごビビ (AR拡張現実)</li> <li>● 五年4月開始、144名のコンテンツ、累計1万9000件のアクセス</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● ローカル放送11%、ラジオ40%</li> <li>● Something New, Strange, Happen</li> <li>● 応援支援</li> <li>● 丸岡RUCK、秘密のケンミンshow</li> </ul>

地域性が高い！！

## 信頼性について

福井新聞社	福井放送
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 118年もの実績</li> <li>● 75%ものシェア率</li> </ul> <p>福井県民からの厚い信頼の現れ</p> <p>世帯の人々からの信頼</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 法による規制</li> <li>● 心電図法 (ハード)</li> <li>● 使う機器の検査</li> <li>● 放送法 (ソフト)</li> <li>● 反社会的な番組を出さない</li> <li>● 自主規制 (放送基準)</li> <li>● 不利益な情報、意見を排除</li> <li>● 放送免許 国の保障付き</li> <li>● 5年毎の再免許</li> </ul>

## ネット進出度合いについて

福井新聞社	福井放送
<ul style="list-style-type: none"> <li>● D刊、紙媒体より早く記事が読める</li> <li>● 新聞 約20ページ</li> <li>● HP上のニュース配信 (10本以内)</li> <li>● スマホ向けニュース グノシー</li> <li>● LINE 1日8本 (若い女性向け)</li> <li>● Yahoo! 話題性の高い出来事</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● HPで独自番組のバックナンバーの配信</li> <li>● 速報</li> <li>● 災害時や選挙など</li> </ul>

ネット進出度合は高い

## ネットに対するライバル意識

福井新聞社	福井放送
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 低い</li> <li>● 方法、手段は選ばず、適応していく</li> <li>● 紙媒体以外でも新聞社の記事を読んでもらいたい</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 高い</li> <li>● 強力・破格</li> <li>● 標的をめぐった通信による広告</li> <li>● 誰もが発信者・受信者</li> <li>● ネットとの可処分時間獲得競争</li> </ul>

## 地域のニーズに応える取り組みについて (将来像)

福井新聞社	福井放送
<ul style="list-style-type: none"> <li>● ICTの発達に適応し、読者へ様々なアプローチで新聞を提供していく!</li> <li>● 地域創造企業として地域の力を底上げする取り組みを行う!</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 通信と放送の差別化を図る!</li> <li>● 分断化、孤立化した社会から人々が共感を覚えるコミュニティーへ!</li> <li>● 視聴者の人々を取り入れ、一方向でなく番組作りを行う!</li> </ul>

## 考察について

共通の課題 = 読者、視聴者離れ

↓

対策 = 信頼性、地域への密着度を高める

↓

ネットにはない親近感、愛着の創出へ

## 提案について

福井新聞社	福井放送
<ul style="list-style-type: none"> <li>● カフェ、パン屋など若者に人気が出そうな事柄を取り上げる</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 若者が見るだろう時間帯を駅前などで現地調査を行う</li> <li>● おしゃまっテレの放送時間帯を変更する</li> </ul>

読者、視聴者が記事、番組にして欲しい事柄をHPなどで募集する

ご清聴ありがとうございました

### （ヒアリングを通してわかったこと・考えさせられたこと）

私達 F 班は ICT の発達に対する地域マスメディアの取り組みについて調べた。「グループで話し合ったこと」を述べた後「個人の気づき」について述べたいと思う。

#### グループで話し合ったこと

ICT の発達によって地域のマスメディアがどのような対策を取っているかという事を調べた。まず、ICT とはという話から始まった。情報通信技術ということは調べて分かったものの具体的にイメージしづらかったため、インターネット環境を念頭にイメージすることとした。そして、福井新聞社と福井放送局の基本的データを調べて情報を共有した。元々県内出身者が 3 名いたものの新聞を取っていないながら読んでいないという事実が分かったため、急遽、福井大学附属図書館に行き新聞をもらって来ようという話になり実際に行った。そして廃棄予定の過去の福井新聞、読売新聞などを入手することができたため、福井新聞がどのような記事を掲載していて他の全国紙の記事と比較しながら読んだ。その中で福井新聞が夢風船といった小さな記事に至るまで地域の事柄が詳細に書かれていた。

そして、福井新聞 D 刊について皆と情報を共有した。そして、ヒアリング項目を作る時二社共通で、最初に全国紙、全国放送との役割について、最後に ICT の発達に対する取り組みについて聞くことができるような項目作りをするようにすると決めた。1 回目のヒアリング時には想定していた事柄を聞くことが概ねできたが、詳細な情報（D 刊の利用者数など）を聞きそびれたことなど課題を認識することができた。そして、ヒアリング内容の振り返りをする時には、地震などの災害時に対する取り組みをもっと掘り下げるべきであったことが分かった。最初のヒアリングだったこともあり、手探り状態であったが、ある程度聞くべき事柄は聞くことができたということが分かった。1 件目では単に質問を項目立てしていたが、2 件目のヒアリングの項目は、見出しを付けるべきであり、その方が比較し易いということが分かった。そして、福井放送のヒアリング項目を、班員全員で、新聞社の質問項目を踏まえながら作成した。

福井放送のヒアリング調査が終わり、共通する課題については ICT を駆使する若者に向けてどのように取り組むかということは分かった。しかし、それに対する対策を考えることが中々難しく様々な案を出し、話し合った。その中で、無理に近いが若者を意識

した対策が、福井放送さんに対する提案で、看板番組である「おじゃまっテレ」の放送時間を若者が比較的家にいそうな時間帯を意識して、少し遅らせるというものであった。そして、その為に、街頭などで若者にアンケートを取るべきとの意見も出た。

発表では言及しなかったものの、若者特に、高校生、大学生をテレビ、新聞で毎週取り上げるというアイデアもあった。福井新聞社、福井放送共に共通点が多く相違点が比較的少なく、かなり相違点の項目作りは議論がされた。グループとしては、新聞社の方がより自由度が放送局より高く、ICTの発達に対する取り組みが多くなされているとの結論が出た。これには放送局がキー局制作番組を多く放送しなければならないという事情も念頭におかなければならないということも話し合った。

### 個人の気づき

夏休み期間にこのテーマに関する資料を読んだ時、地方紙、地方局はより地域に根づくべきであり、そうすることで今後、存在意義が出てくるということが分かった。

その時、どちらかというところでは地方紙は広告収入がインターネットの広告の出現によって危ぶまれる状況になり、今後一層経営が厳しくなっていくということでもかなり、厳しい状況であるというイメージが強く残った。それに対して、地方放送局はキー局制作番組を放送することで収入が安定しており、自由度と引き換えに安定性が高いという認識であった。

また、地方紙において、市民スポーツ報道は地域の関心事として人気があるということや、WEBでの記事の公開はただ無料にするのではなく、紙とWEBの融合策が必要になり、全面情報掲載が基本であることが必要であるということは普段から考えていなかった。何気なく、いつも自分がスマホを使い見ているネットニュースも考えを巡らせてみることで違った見方が出来ることを学んだ。

また、地域再生を目的としたインターネットテレビ局の活動報告においては、高校生ながらもインターネットを利用して地域を盛り上げようと試行錯誤する活動について書かれており、一口にメディアと言っても様々な形が存在するという事が分かった。

夏休み明けの授業で班員の意見をまとめようにも全員が資料の内容を理解しているというわけではなかったため意見をまとめるためには、どうすればよいのかということをも自分なりに考える良いきっかけになった。ヒアリング調査前までには、殆ど完璧に行く企業の情報を頭に入れて、その上、最後の報告会での発表に向けて使える情報を聞いてくるということは難しいものの、自分で調べて疑問点を見つけそれを聞いてくるとい



うことはとても重要であるということが分かった。

福井新聞社のヒアリング調査については福井放送よりは ICT の発達に対する取り組みが分かりやすく感じられた。これには、紙媒体とネット媒体（WEB、スマートフォンアプリなど）が明確に分かれているためであると考えられる。ネット媒体の新聞として福井新聞 D 刊というサービス、アプリケーションがある。このサービスは新聞の良さを生かしつつもさらに、夕刊の配信や読み上げ機能を付けるなど別の付加価値を付ける事によって利用者数を増やそうとしていることが分かった。夕刊が D 刊にだけあるのは、福井新聞は朝刊専売紙ということであるからである。普段からあまり新聞をかわないせいか福井新聞の 1 部の値段が 1 1 0 円であったことに驚いた。地元では読売新聞しか買っていなかったため 1 部 1 3 0 円が当たり前だと思っていたからである。

班員全員で福井新聞を読んだことでさまざまな事が分かった。まず、欄の下に共同との表記がある記事は共同通信社から買った記事、とはいえ、福井新聞ならではの地域を取り上げた記事が半数近く掲載されており、地域性の高さがうかがえた。また、コラムや投稿コーナーもあり、地域の人々を感じることが出来る新聞作りがされている事が分かった。その中でも、「元気でチュー」や「おくやみ申し上げます」といった記事は地方ならではの感じられた。全国紙では「元気でチュー」のように、子供の住所が載った記事はあまり見かけられない。また、「おくやみ申し上げます」も知りたいという人々が意外と多くいるということが分かった。

一方、2 件目のヒアリング先である福井放送については、まず、感覚的にテレビ局の放送されている番組とネットでのオンデマンド配信は似たものであるということから、通信と放送を混合して理解しているということが分かった。また、新聞やテレビがオンラインニュースとは異なっている点の一つに信憑性がある。テレビ局は 5 年に 1 度の免許取得の審査があるが、それに対し、インターネット配信などの通信は誰でも発信でき、免許がいらないため信憑性にも違いが出てくるということとはよく分かった。テレビ局はテレビ番組の放送以外にもラジオ放送も行っているということを再認識した。福井放送は FM 放送を今年の 4 月からスタートさせたことにより、福井で唯一の AM,FM ラジオ放送を行いながらもテレビ放送を行うテレビ局になったという事が分かった。イベントを開催したりする事で地域を盛り上げる機能も持ちあわせている。これは福井新聞についても同様にイベントを開催しており、二社共に地域に根ざした企業であることは間違いないということが分かった。

私は、二社のヒアリング調査当日までに予め送っていたヒアリング項目とは別の質問項目を作成し、調査に行っていた。その質問の回答で興味深かったものは、福井新聞社さんは、夢風船という小さな地元の小中学生の夢や目標が書かれた記事は身近な人が載っている、つまり、人に焦点を当てて思いを伝えると人に読んでもらえるという考えからきているという事で、人こそコミュニティや地域の根幹であるということがよく分かった。

また、福井放送に対して行った質問は自治体との連携はどの様になっているのかというものであった。それに対し、それゆけ福井市調査隊の放送や、永平寺町の CM を流しているという回答を頂いた。そして、わざわざなぜ CM を福井放送の番組内で流すのかと考えたところ、やはり信憑性によるものであるということが考えられた。福井放送というブランド力に期待が持たれているという現れでもあるとも考えた。

また、その質問とは別である元々のヒアリング項目への回答で興味深かったものは福井新聞では、LINE の公式アカウントでのニュース配信は県外者、女性を意識しているという回答である。原発関連のニュースといったことは県外者に向けた発信であることは容易に想像がつくものの、なぜ女性を意識しているのかということについては、やはり、近年では SNS を頻繁に使うのは、女性であるからであると考えた。口コミが広がるといった時には「今、女性の間で」という言葉が良く使われるのも同じような理由であると考えられる。

また、福井放送の回答の中では、「地方は社会」という言葉が印象深かった。この言葉は全国放送と地方放送局の違いについての質問の回答で、中央に一局集中している現状に対して地方は何があるかということで、共感を持っている、共感のある社会であるということであった。地方＝社会ということが大切なのは何故か。それは、共感のある社会こそ都市部や都会にはない地方ならではのコミュニティ形成になるからであると考えられる。近年では、人々の分断化が著しいことによって人々は隣に住んでいる人も知らないという無関心なコミュニティではなく、気軽に立ち話ができる、挨拶が返ってくるコミュニティの方が安心感を高く感じるはずである。そのようなコミュニティ形成の架け橋として役割を担っていくということで、神奈川県から移住して来た身としては非常に同感を覚えると共に、重要性を強く感じた。

そして、今回のヒアリング調査において、深く考える必要が出てきた事柄としては地方紙、地方放送局に対する人々、特に若者離れである。この事柄に関してはいかにして

人々を巻き込んでいくかということが重要であると分かってはいても、具体的な解決策を見つけることは中々難しいという認識である。とはいえ、人々の可処分時間が全てインターネットに流れているわけではなく、テレビを適当に回す暇がない、新聞を取る金銭的余裕がないといった多くの理由があるわけである。そのため、新聞やテレビがインターネットに圧倒され押しつぶされるというわけでもなくなってくる、また、新聞やテレビに対して馴染みや愛着を持つ人々がいることも事実である。よって、課題はあるものの、決して新聞やテレビが消えることはなく、これからも独自の役割を担っていくものと考えられる。

### （他班の報告を聞いてわかったこと・考えさせられたこと）

#### D班について

まず、エルパは愛称であって正式名称は協同組合福井ショッピングモール、フェアモール福井ということは知らなかった。大型小売店の現状として、激安商品による集客競争が起こっていることは知っていたがイオンが福井にないということは知らなかった。エルパがこの間できたばかりの新小松イオンの影響をあまり受けていないということに驚いた。

また、ゲンキー独自のブランド商品である、G-price はよく私も利用しているので価格が他の商品よりも安く設定されているため、価格競争が著しいと感じられた。ゲンキーが他のライバル店に売り上げで負けているものの、来客頻度に焦点を当てているということに驚いた。郊外に立地した理由が土地の価格であることは容易に想像することができた。ゲンキーがすぐに新しい店舗をだすというイメージは以前からあったが、お店を潰していたというイメージはなかった。現在のゲンキーは化粧品や雑貨、食料品など1店舗内で売っているが、昔は、それらのカテゴリー毎に店舗を分け、失敗したというケースからいまのゲンキーがあるとのことで、リスクマネジメントがしっかりしているのだから強いのであろうと考えた。

告知、広報に関しては、確かに、エルパ VS 駅前などは細々とやっているイメージが強い。しかし、一概に SNS での情報発信といってもすぐに多くの人が見てくれるわけではないので、工夫が必要になる難しい問題であると考えた。それに対して、ゲンキーの通販サイトについては利用したことこそないものの、知ってはいたし、チラシ、CM といった具体的対策が打ちやすそうな印象を受けた。

#### H班について

まず、室次さんが世界で最初の醤油屋さんだとは知らなかった。米五さんや室次さん二社ともに昔と今では、商品の需要が変化してきて健康志向の商品が売れているということで、時代の変遷に商品を合わせつつも、昔からの商品を保ちつづけていくことは大変なことであると理解した。流通に関しても昔と今では異なり、問屋に委託せずコストカットをしてほかのところにお金を回すというように変化があるのであると分かった。新商品については最低でも年1、2回は発売しているということで、老舗だからと言っ

て、顧客、お客さんを増やすこと努力をしていることが分かった。その様な努力こそ長くお店が続いてきた理由になるのではないかと考えた。

宣伝方法に関しては、少々差があるように感じられた。米五さんは宣伝方法が多岐に渡り、室次さんは老舗らしくテレビなどのオファーによる宣伝が主となっていることから少し宣伝に対する積極性に違いがあることが分かった。また、物産展にて宣伝するというところは共通しており、お客さんに直接商品を見て、手に取ってもらおうという想いが感じ取れる。大量生産を行わなかったことで逆にお客さんのニーズを中心に考える取り組みが支持されている。そして、地道に経営を続けてきたことがお客さんの信頼を得ている別の要因となっている。老舗ならではの信頼感とお客さんに寄り添おうという取り組みこそ重要であると分かった。

## **L班について**

福井県に住む外国人の人々の抱える問題に行政機関が行うサポートと、民間団体による行政へのサポート、活動についてというテーマで、普段あまり考えない事柄であるので、人々が皆快適に過ごせるようにしようとする取り組みはとても意味深いものがあると感じた。市役所、International Club とともにメリットとデメリットがあり、それぞれお互いが役割を補完しあっているように見えるが、実際のところ、市役所が上の立場に立って仮に、International Club に相談の声が届いたとしても、実現する可能性があるかどうかは分からないといった状況になっているのかもしれないと思ってしまった。それと同時に、民間団体と行政機関が協力する事で、多くの外国人の方に住みやすい環境を提供できる可能性があるとも考えられる。

デメリットの中に、広報不足、来たい、興味のある人だけ来るといった事柄には、実際に居住している外国人の方に直接会いに行き、話を行政職員と International Club の職員が行うなど地道な方法を積み上げていくしか予算の関係上規模を大きくできないのなら行っていくしかないのではと考えた。日本ほど日本人ばかりがいて当たり前という環境である国は他にはそれ程ないのではないかと考えられるほど、日本人は外国人に不慣れであるという現状がある。なので、敢えて、これから進んでいくグローバル化に適応するという意味も込めて市や町ごとに外国人大使のような人を派遣し、外国人の方に住みやすい環境作りのため、行政も何らかの策を講じ、民間団体は多くの人々の支持を得られるようにより精力的に活動していくことがもとめられていくのではないかと考えた。

(以上、平田晶也のレポート)

G 班	17150132	小田 悠菜	オダ ハルナ
	17150205	久多見 綾乃	クタミ アヤノ
	17150221	黒岩 芹那	クロイワ セリナ
	17150451	藤野 江里佳	フジノ エリカ
	17150604	和田 多恵	ワダ タエ
<p><b>「地場産業(眼鏡枠)の現状と戦略について調べる」</b></p> <p>福井、鯖江は日本の代表的な眼鏡枠産地ですが、近年、中国の追い上げ、流通システムの変化等により、産地内の企業は新製品開発や新たなマーケティング戦略に乗り出しています。産地や企業の直面する課題や独自の取組みについて調べます。</p>			
10/20 14 時	福井めがね工業(株) 福井鉄道水落駅徒歩 5 分 〒916-8508 鯖江市北野町 2-2-11 0778-52-3471(代) 田畑周徳氏・江守直幸氏		
11/1 14 時	(株)シャルマン 〒916-0088 福井県鯖江市川去町6-1 0778-52-4141(代) 人事総務部 河野泰史氏		
事前準備資料	<ul style="list-style-type: none"> <li>・東大社研『眼鏡と希望』2012 第 1・2 章</li> <li>・南保勝『地場産業と地域経済』2008 第 3 章 + <math>\alpha</math></li> <li>・建井順子「成長する個別企業、縮小する地場産業-福井県鯖江市の眼鏡産業-」(PPT)</li> </ul> +福井めがね工業、シャルマン両社の HP		
教員	岡崎・木村		



## 事前学習レポート

### ～はじめに～

我々のチームでは、「地場産業（眼鏡枠）の現状と戦略について調べる」というテーマで調査を進めている。福井県鯖江市といえば言わずと知れた眼鏡の一大産地であるが、どのようにしてその地位を維持しているのか、そして現在どのような課題に直面しているのか、その対抗策など、様々な面から眼鏡産業の現状と戦略についてアプローチする。

### ①事前学習で分かったこと

我々の班には3種の事前学習資料が与えられた。各々述べていることに細かな相違はあるものの、おおまかな点は同じであったので列挙していく。

（現状）

- ・世界的にプラスチックフレームが人気。
- ・日本の強みは金属フレームの製造。
- ・かつてはアメリカ、イタリアと強い貿易関係を結んでいたが、中国の技術向上と市場の参入により、貿易関係が変化。
- ・安価に生産できる中国やイタリアに圧されている。
- ・過去では海外と国内の需要と供給のバランスがとれていた。（海外の需要が減少した時に国内の需要が増し、国内の需要が減少した時に海外の需要が増す）よって眼鏡産業は安定した利益を得られていた。
- ・人力による生産性の弱体化。

（かつて行ってきたイノベーション）

- ①サングラス製造への参入。
- ②自動芯入れ機の導入（眼鏡の両サイドの鉄芯を、機械で自動的に取り付けられる装置）。
- ③売り場の拡大（土産屋でも眼鏡を購入できるようにする等）。
- ④ファッションブランドとの提携。
- ⑤チタンフレームの開始。

（これから必要になるイノベーション）

- ・ブランド力、デザイン力、開発力の向上。

次に、各会社の概要について述べていく。(会社ホームページより引用)

(シャルマン)

- ・従業員数 1948 名（日本 578 名、アメリカ 115 名、ヨーロッパ 107 名、アジア 1148 名）。
- ・メガネフレーム、サングラスの他に医療機器も開発。
- ・12 か国に直販、代理店を通じて 100 か国以上に販売。
- ・大学と連携するなど、技術の向上に取り組む。

(福井めがね工業)

- ・従業員数 130 名。
- ・高級メガネフレーム、サングラスの開発。
- ・チタンフレーム、18 金フレームを主力商品とする。
- ・部品加工から完成品まで鯖江市内 5 か所で完成する「一貫製造販売システム」を導入。

このように、各会社は海外に対抗して自社独自の開発に取り組んでいる。

## ②ヒアリング項目案

(両社ともに質問すること)

- ・福井の眼鏡産業が直面する現状とその打開策
- ・ブランド力の向上は具体的にどのように行うのか
- ・自社の魅力とは
- ・最近開発された新技術

(シャルマンに聞くこと)

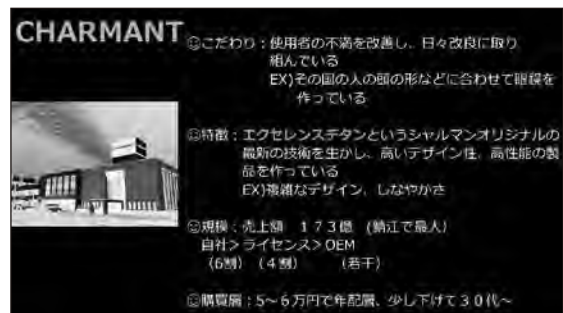
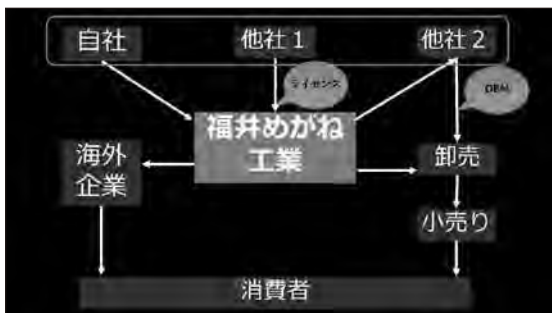
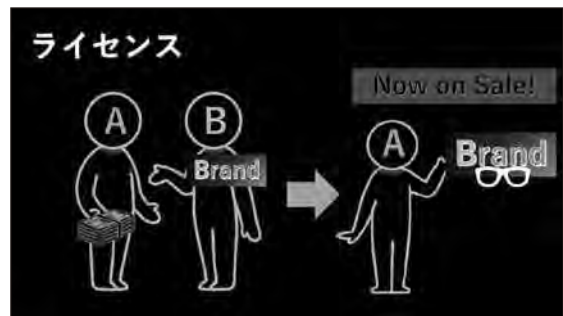
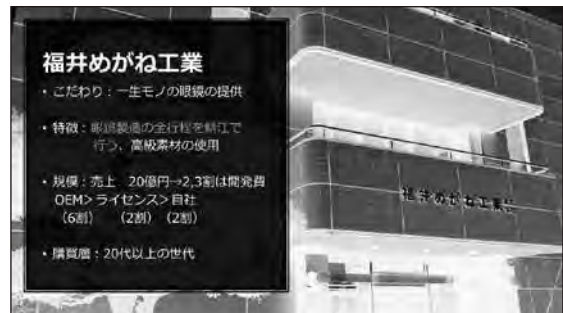
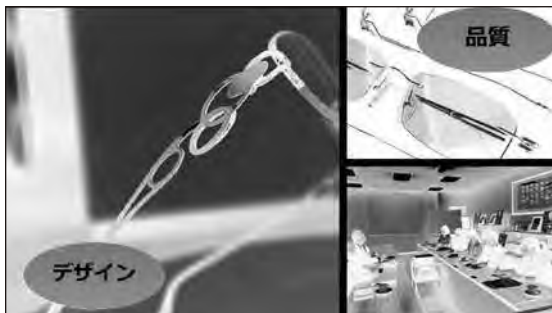
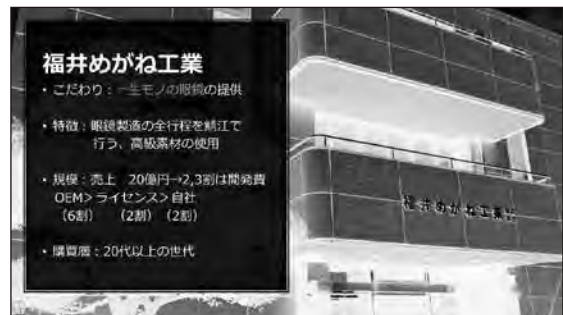
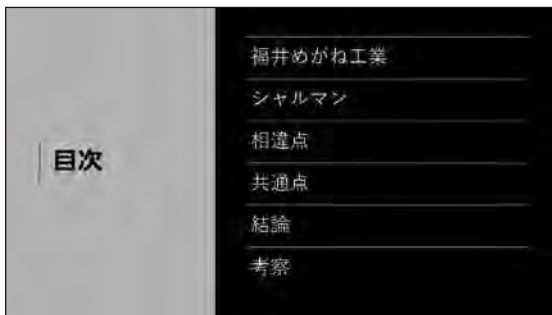
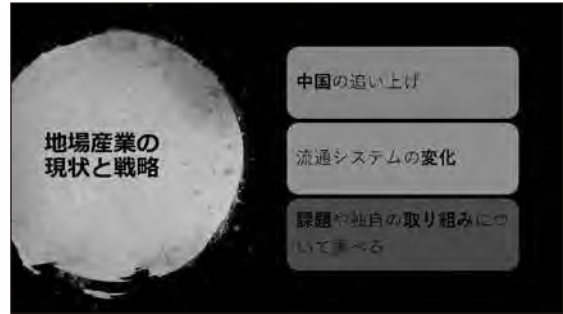
- ・海外展開できたその過程を具体的に
- ・海外と日本、生産の分業はどのように行っているのか
- ・海外での日本の眼鏡の販売方法（ブランディングしているのか？等）

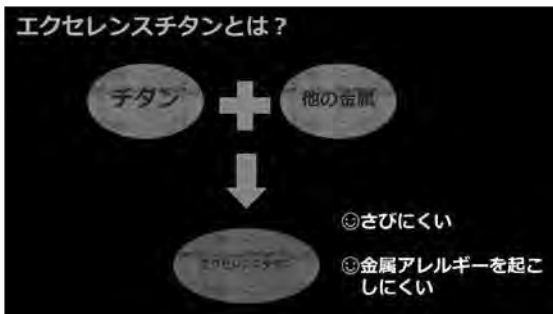
(福井めがね工業さんに聞くこと)

- ・高級志向にこだわる理由
- ・鯖江で全行程を生産することのメリット



# 公開プレゼンテーション





### CHARMANT

①こだわり：使用者の不満を改善し、日々改良に取り組んでいる  
EX) その国の人の顔の形などに合わせて眼鏡を作っている

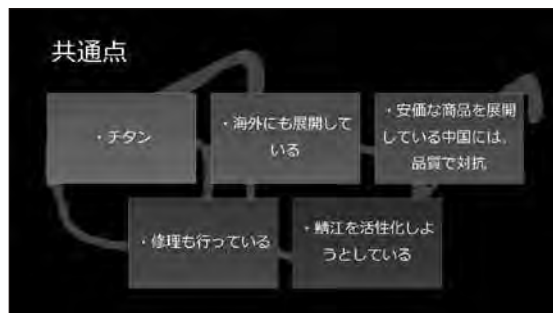
②特徴：エクセレンスチタンというシャルマンオリジナルの最新の技術を生かし、高いデザイン性、高性能の製品を作っている  
EX) 複雑なデザイン、しなやかさ

③規模：売上額 173億 (鯖江で最大)  
自社 > ライセンス > OEM  
(6割) (4割) (若干)

④購買層：5~6万円で作成済、少し下げて30代~

### 相違点

	福井めがね工業 (株)	(株) シャルマン
主な素材	チタン、14金、18金	エクセレンスチタン
価格帯	高・一生もの	リーズナブル~高
海外での販売方法	展示会⇒卸売業者	直接 日本⇒海外のめがね会社
生産方式	OEMが多い	自社ブランド
医療分野への進出	まだ	あり
鯖江の盛り上げ方	他社と協力 (展示会共同出品)	医療分野でアンカー企業として



### 結論

- 中国には値段ではなく品質で対抗
- 医療など他分野にも進出したい
- 鯖江の企業全体で連携して盛り上げたい

### 考察

眼鏡枠産業で鯖江を活性化！

様々な方法でPR

例) 医療ドラマで使用  
ファッションとしての眼鏡

ご清聴ありがとうございました

### （ヒアリングを通してわかったこと・考えさせられたこと）

今回の課題探究プロジェクトでは、普段決して訪れることのできないシャルマンと福井めがね工業の2企業を訪問することで大変貴重な経験を得ることができ、福井県の企業の現状や展望について知ることができた。G班では「地域産業の課題」というテーマ、特に中国の追い上げ、流通の変化、それに対抗するための課題と取り組みの3点に注目して鯖江の眼鏡産業について学習した。我々は当初、鯖江が眼鏡の一大産地であるということは知っていたが、それが今回の探究のテーマである「地域産業の課題」にどうつながるのかは全く見当がつかなかった。

初めに下調べとして読んだ資料には、鯖江の眼鏡業界が直面する課題、またそれらの対策について記載されていた。

まず現状として、世界的にプラスチックフレームが人気だが、日本企業の強みは金属フレームの製造である。さらにかつて日本の眼鏡企業はアメリカ、イタリアと強い貿易関係を結んでいたが、人件費が安い中国の技術向上と市場の参入により、貿易関係が変化した。過去には海外と国内の需要と供給のバランスがとれていて（海外の需要が減少した時に国内の需要が増し、国内の需要が減少した時に海外の需要が増す）眼鏡産業は安定した利益を得られていた。これらの現状に対抗するため、サングラス製造へ参入し、売り場の拡大（土産屋でも眼鏡を購入できるようにする等）を進めた。さらにファッションブランドとの提携、チタンフレームの開発を行ってきた。今後のさらなる展望のためにブランド力、デザイン力、開発力の向上が必要である。

これらの資料、企業ホームページ、また個人で考えたことを参考に、いくつかの質問事項をまとめた。それら質問事項は、主に海外展開、眼鏡の売り方や製造方法、中国・イタリアへの対抗方法、流行の取り入れ方、他分野への進出に関するものである。

我々がまず初めに訪れたのは、福井めがね工業である。エントランスを入ってすぐ、眼鏡のショーケースが置いてあった。若者が身に着けているようなシンプルなセルロイドフレームから、宝石がついた繊細なディテールのフレームまで幅広いラインナップで、技術力の高さが伺えた。福井眼鏡工業は高級で高品質な眼鏡の製造にこだわっているが、その理由は一生ものの眼鏡を作ることで他社との差別化を図るためだという。価格を下げだすと中国の安価な製品との競争が起き、価格低下に歯止めが利かなくなるので、品

質のみにフォーカスし製造している。また修理も行っており、眼鏡を一生使うサポートも行っている。金を使用したフレームも製作しており、高いものでは 30 万を越える眼鏡もあると聞き大変驚いたが、「一生ものの眼鏡作り」というのは福井めがね工業が目指す理念だろうと我々は推測した。

さらにこの企業の大きな特徴として、すべてのフレーム製造の工程を鯖江で行う「一貫製造販売システム」がある。驚くべきことに眼鏡フレーム 1 つを制作するには 200 工程、3 か月が必要であるという。これらの作業が 1 か所で行えるのは時間の短縮化につながり、さらに、オールメイドイン・鯖江という品質の保証も可能になる。我々は、確かに部品の一部を海外で作ることは経費の削減につながるが、全工程を鯖江製にするというこだわりは高級かつ高品質なフレーム製造を行う福井めがね工業にしか実現できないことであると考えた。

福井めがね工業は OEM での販売がほとんどである。OEM は、ブランド側からデザインの提供があることで製造する会社もそれらのデザインから様々なことを学ぶことができるというメリットがある。しかし OEM やライセンスでの販売はブランドとの契約更新が必須であり、決して安定した経営スタイルとは言えない。最も理想的なのは自社ブランドでの販売を拡大することであるとも仰っていた。自社ブランドの割合を拡大し自立した経営の割合を増やすことは、今後の鯖江の眼鏡市場の大きな課題であろうと私は考えた。

またどのように流行を取り入れているのかという質問に対して、イタリアが流行の最先端を作っているので、現地の展示会などでヒントを得ると仰っていた。また海外に販売する際は、まず展示会に出品したのち卸売会社と交渉、その後小売店での販売になるので、お客さんの反応も直接知ることはできないというところも大変印象的であった。さらに、中国や東南アジアでは眼鏡が売れており、ヨーロッパではサングラスが売れているという。今後市場拡大の見込みがあるのは、IT が発達し、眼鏡が必要となる人が増えていくと考えられるインドだそうだ。

しかし我々は、発展途上国での眼鏡市場の拡大は進んでも、レーシックやコンタクトといった医療技術の発達にもよって眼鏡業界は衰退していくのではないかと考えた。この疑問に対しては、確かに医療技術は発達したが、今の段階では眼鏡産業への影響はほぼないと仰っていた。さらに、反対に眼鏡を使用する層が拡大しているという。コンタクトを利用することで視力が良くなった人は、次に気軽に身に付けられる眼鏡を求め

るようになる。そういった人々ははじめは比較的安い眼鏡を購入するが、次第に高品質の製品を求めるようになり、最終的には福井めがね工業のような高級眼鏡のユーザーになるのだという。我々はこのような発想は全く持っていなかったのもとても新鮮であったとともに、今後のますますの眼鏡産業の発展を確信した。

また、福井めがね工業は「Made In Sabae Japan」のブランドを全国、そして世界に発信していくため他社と協力して展示会を行っている。鯖江の眼鏡は高品質ということが常識となるような空気作りが大切であると仰っていた。我々は、福井めがね工業はこのような取り組みをすることで、自社のみでなく鯖江全体の発展を目指しているのであろうと推測した。鯖江全体の発展が延いては自社の利益につながるという思想は、今回の課題探究プロジェクトの大きなテーマであると考えた。

次に訪問したのはシャルマンである。まず初めに、私はシャルマンの規模の大きさに驚嘆した。道路を跨いで工場、本社があり、シャルマンが鯖江の眼鏡業界の中を大きくリードしていることが伺えた。シャルマンの一番の主力商品は「エクセレンスチタン」である。これは本来固い素材であるチタンに他の金属を混ぜることで、加工しやすくさびにくい素材にしたシャルマン独自の技術である。実際にエクセレンスチタンで作った眼鏡に触らせていただいたが、フレームは90度近く曲がり、柔軟性の高さを実感することができた。この技術を用いて医療分野にも進出しており、脳外科用・眼科用の手術器具も製作しているという。他にも鼻パットのない眼鏡、エクセレンスチタンを用いたスマートフォンケースといった様々な製品を開発しており、シャルマンの技術力・企画力の高さを感じた。

シャルマンの製品作りのコンセプトは、「使う人がどのように不満を持つか」を考えることである。値段は5~6万円のものが多く、修理も行っている。ターゲット層は30代~だが、若い年代層も購入できるように比較的安い価格のものも販売している。売り上げは173億円と鯖江の中では最大規模で、自社ブランドでの売り上げが最大である。シャルマンは他社と比較しより安定した経営が行えていることが伺えた。海外へは日本から直接海外の企業に卸すという販売形態をとっている。福井めがね工業と同じように客の反応は分かりづらいそうである。客の反応が分からない場合の商品開発の難しさを改めて確認した。

中国の安価な眼鏡に対する対抗策について伺ったところ、確かに現在、数千円で眼鏡が買える店はあるが、実際調べてみると日本人の6割が2万円より高い眼鏡のユーザー

であり、シャルマンのターゲット層はそういった人々であると教えていただいた。我々はこのデータに大変驚き、また眼鏡において多くの消費者が価格よりもデザイン性や品質を重視していることを確認した。

シャルマンの大きな特徴として中国をはじめとして各国に工場があるということが挙げられる。驚くべきことにエクセレンスチタンの製造は中国では行っていないという。これは技術が漏洩することを防ぐためのもので、海外では基本的に現地向けの製品のみ製造しているそうである。エクセレンスチタンはシャルマンの主力商品であるだけに、情報漏洩対策には細心の注意を払っていることが推測された。また海外で現地の製品を製造することは、現地のニーズに迅速に対応できるというメリットがあると考えられる。

シャルマンは医療分野に進出しているという強みを生かし、鯖江を眼鏡の町としてではなく医療の町としても発展させていきたいと仰っていた。医療分野でアンカー企業となり、鯖江全体をリードしていきたいという。「医療の町鯖江」という聞きなれない言葉に当初我々は少し戸惑ったが、眼鏡だけでなく医療分野でも鯖江の名が有名になれば、より一層の活性化が期待でき市や企業に大きな利益が見込まれる。眼鏡だけに依存しない街づくりも今後の鯖江における課題なのではないかと考えた。

これら2社を訪問し、我々は今回の課題探究プロジェクトのテーマである鯖江の「地域産業の課題」をいくつか発見することができた。シャルマンを除き多くの鯖江の眼鏡企業は、売上げの大半をOEMやライセンスでの販売に依存している。自社ブランドの売上げを上げるには、鯖江が高品質の眼鏡産地であると多くの人に知ってもらう必要がある。また、眼鏡を気張って着用するものではなく気軽にファッションとして取り入れられる空気づくりも大切であると考えた。そこで我々はいくつかの改善案を考えた。まず初めに、鯖江の眼鏡をアパレルショップでコーディネートの一部として取り入れてもらうというものだ。おしゃれに組み合わされた洋服のアクセントとして眼鏡が入っていれば、他の服と一緒に眼鏡の購買意欲を掻き立てられ、**Made In Sabae**の名をさらに広められるだろうと考える。医療の町鯖江をアピールするために鯖江産の医療器具を医療ドラマで使ってもらい、医療関係者の注目を集めるのも良いのではないかと考えた。

シャルマンと福井めがね工業を訪問させていただいたことによって、大変貴重な体験ができ、また福井県についても深く考えるきっかけになった。これを機に、他の県内企業も独自に調べ市町村、そして福井県全体が抱える問題についての解決策を考えていきたいと思った。

### （他班の報告を聞いてわかったこと・考えさせられたこと）

今回のプレゼンテーションでは、様々な企業や団体に関する知見を広めることができた。中でも特に関心を持ったのはB班、D班、L班のプレゼンテーションである。

**B班**のプレゼンテーションは、福井鋳螺と福井県庁という一見全く共通点が無さそうな企業、自治体の人材育成についてのものであった。福井鋳螺は私の地元にあり、その美しい外観の建物は工場であることを忘れさせる。驚いたのは、独自の技術を用い鋳螺をオーダーメイドで作っているということである。今まで、鋳螺は流れ作業で大量生産されているイメージを持っていたからだ。さらに県庁は殆どの職員が文系で、事務的な仕事をしているイメージがあったものの、実際は3分の2が土木、機械などといった専門的知識を持った職員であると聞き大変驚いた。

福井鋳螺と福井県庁の社員採用基準には共通点がある。それは「常識があるか」である。ここでの常識とは言葉遣い、態度といった基本的なものを指す。また、両社とも話しやすさ、つまりコミュニケーション能力を社員に求めている。福井鋳螺のような繊細な作業を行う企業は社員に第一に技術力・専門的知識を求めようと考えてきたので、この事実はとても驚くべきものであった。また2社の教育方法も、自主研修・強制研修・資格支援の3つの柱のもと行われており、大変類似している。評価・昇進方法も、両社とも実力主義と年功序列制を組み合わせたものを用いている。このように全体的に2社の共通点が多いのは、公務員に対して世間の目が厳しくなり、県庁が民間の企業をモデルに行政の民営化を目指したからだという。

私の周りには公務員になりたいと漠然と言っている友人も多いが、彼らにその理由を聞いてみると「公務員は安定しているから」「年功序列制で、実力主義的な競争があまりないから」というものが大半である。しかし今回のプレゼンで、公務員は安定であるという神話は崩れ、これからは公務員も熱意や実力のある人物が生き残っていくということを知り、以前抱いていた考え方が一新された。

**D班**のプレゼンテーションもとても興味深いものであった。エルパとゲンキーといえは福井県民の生活には欠かせない小売店であるが、今回のプレゼンでは2社について今まで全く知らなかったことも多く、大変驚くとともに、今後の2社の課題について考えるきっかけにもなった。市内の大通りを歩いているとあちらこちらにドラッグストアが

あり、熾烈な市場競争が起こっていることが伺える。また石川県に新小松イオンができたことで、エルパを利用する客が小松に流れることが懸念されている。しかし、実際のところは新小松イオンの影響はほぼ無く、ゲンキーも他店との差別化を図るため、Gプライスという低価格かつ高品質のプライベートブランド製品を開発しているという。またエルパは福井駅から遠くアクセスも良いとは言えないが、そのように郊外に建てたのは、広大な土地を確保し、さらに石川県からの顧客を確保するためであるという。Gプライスの製品は自分自身もよく利用していたので、それがゲンキーの他店との差別化を図るため開発した製品であったことにとても驚いた。またエルパに県外からも来客があるということも初めて知り、大変興味深かった。実際友人に聞いてみると、石川県出身のクラスメイトもエルパをよく利用していたようだ。

さらに、ゲンキーの経営戦略は私にとって大変新鮮であった。今までゲンキーは短期間で開店・閉店を繰り返しているというイメージがあったが、これはスクラップアンドビルドという一種の戦略であるという。しかしプレゼンテーション内で、ゲンキーは来客頻度の向上を目標にしており、地域に根差した店舗作りを心掛けているとも言及していたので、すぐ建ててすぐ壊すという戦略との矛盾も感じた。プレゼン終盤でも述べていたように、これら2社にはさらに売り上げを向上させるための課題があると考えている。

個人的に考えたアイデアとしては、SNSのフォロワーを増やすためオリジナルのマスコットキャラクターを作り、そのキャラに扮してSNS内で情報を発信するというものだ。これにより若者の注目をより集めることができるであろう。

**L班**のプレゼンテーションもとても面白いものであった。まず、越前市の人口のうち約5%が外国人であることに大変驚いた。その中でもブラジル人が圧倒的に多く、彼らは日本で出稼ぎ労働をしているという。多くの外国人が、言語・宗教・労働に関する問題を抱えている。彼らが日本で暮らしやすいように、民間団体・行政が各々様々なサービスを提供している。行政は予算が充実しており信頼度も高いというメリットがあるが、活動は制限され堅苦しいイメージがあるというデメリットもある。一方の民間団体は、自由に活動でき、誰しも気軽に参加できるものの、予算が少なく興味のある人しか参加しないというデメリットもある。双方は互いの不足する面を補う必要があり、協力して役割分担を行う必要があるのだ。

今回、多文化共生を実現するためには行政、民間団体、そして我々1人ひとりが力を合わせ、日本人と外国人が共に歩み寄る必要性があることを強く感じた。今後グローバ



ル化が進むとともに、越前市のような町もより一層増えていくことが考えられる。越前市がまず多文化共生実現のために先駆的な取り組みを行い、それを見習って他の市町村も街づくりを進めていくことが、今後福井県に求められるだろうと考える。

(以上、藤野江里佳のレポート)

H 班	17150086	大野 愛美	オオノ マナミ
	17150094	岡崎 友香	オカザキ ユウカ
	17150175	亀井 麻衣	カメイ マイ
	17150418	半田 七彩	ハンダ ナナセ
	17150442	福井 理文	フクイ ヨシフミ
<p><b>「伝統食品産業の販売戦略について調べる」</b></p> <p>江戸時代から続く老舗の食品企業が、市場環境の変化の中で、現在どのような商品開発戦略、販売戦略を持っているか、調べます。</p>			
10/20 13 時 30 分	(株)米五 〒910-0019 福井市春山 2-15-26 0776-24-0081 常務取締役 多田健太郎氏		
11/1 13 時 30 分	(株)室次 〒910-0018 福井市田原 2-4-1 0776-22-2001 代表取締役 白崎裕嗣氏		
事前準備資料	<ul style="list-style-type: none"> <li>・室次醤油 HP (PDF)</li> <li>・しょうゆの種類・製造工程 (PDF)</li> <li>・しょうゆのママ知識 (PDF)</li> <li>・しょうゆの統計資料</li> <li>・米五 HP (PDF)ほか資料、パンフ「みそができるまで」</li> <li>・みその統計資料</li> </ul>		
教員	栗原・木村		

## 事前学習レポート

私たちH班のテーマは、「伝統食品産業の販売戦略について調べる」というもので、これに基づいて調査を進めることになりました。二社の企業に近々見学させていただくということで、今回はそれに備えるために資料をもとに基本的な情報を収集しました。

まずは、最初に訪れる予定の(株)米五さんと味噌についてです。資料によると、こちらは1831年に創業して以来、180年以上続いている味噌と醤油を主に製造されている食品株式会社です。福井空襲・震災・水害など波瀾万丈の時代を乗り越え、今もなお、伝統のある味噌と醤油作りを続けています。十代目の方は、PRや社交性に富み、「米五のみそ」をキャッチフレーズに、みそ専業としての地位を高めるだけでなく、スーパーへの進出や近代的設備の充実に励み、無借金経営を実現したようです。また、現在の社長である十一代目の方は、卸や業務用中心だった従来の販路を見直し、1993年より通販による直販を開始。1997年には、インターネットでの味噌の通販を開始し、販売量の増加に貢献しました。また、「米五」ブランドにも力を入れ、高品質の味噌屋のイメージアップを図る取り組みもされています。米五の味噌をより多くの人々に知ってもらうために、国内では大阪、海外では台湾の物産展にも参加しています。

味噌や醤油を作るうえで、材料へのこだわりがとても強いことが、米五さんの最大の武器だと言えます。近年、輸入素材を使った味噌が増えている中で、すべて国内産の原料を用い天然醸造で味噌を生産しているそうです。また、国産の農林水産物だけでなく、福井県の食材を取り入れるよう心掛けており、地産地消にも着手しています。大量生産を志向しない代わりに、小さな蔵でこだわりのある味噌や醤油を作り、旧来の伝統を守り通してきましたが、ただ単に伝統を守るだけではいけないということで、その時代ごとに新たな伝統を生み出し続けてきたようです。最近では味噌を使ったフリーズドライの商品も開発されており、味噌の新たな可能性を導き出しています。

また、味工連によって集計された味噌の統計資料からは、味噌の種類に関わらず、全ての味噌の出荷数量が過去16年間で減少し続けていることが分かりました。一方で、味噌の輸出推移は大幅に上昇傾向にあります。このことから、味噌が世界中で知れ渡って来ているのではないかと一瞬思ったのですが、実際には、輸出先は北米やアジアが中心で、オーストラリア州や中東、アフリカでは比率がほぼゼロでした。「みそ輸出仕向け国別数」の表からこれらの事実を知ったのですが、輸出先に随分と偏りがあるという

ことが分かり、そうなる理由についてとても興味が湧きました。

次は、見学先二件目として訪れる予定である（株）室次さんと、醤油についてです。こちらは、1689年に創業して以来、330年近くもの長い間、醤油を中心に製造されている食品株式会社です。室次さんは、現存する日本最古の醤油屋であり、調べてみると、福井の醤油は私が予想していたよりも随分前に外国に輸出されていました。「幕末のソイソース」という商品名の醤油が現在も室次さんで販売されているようですが、幕末頃、由利公正が醤油などを出島からヨーロッパに輸出したことで、最悪だった福井の財政を建て直すことに成功しました。この頃、室次さんは福井県最大の醤油屋であり、坂本龍馬も「幕末のソイソース」を味わったそうです。その後、大火、戦災、地震、水害など甚大な被害を受けましたが、その都度建て直したことにより、途切れることなく現在も室次さんの醤油作りは続いています。

また、最近では、様々な新商品を開発し、どれもとても興味深いです。具体的には、無臭魚醤入り減塩しょうゆを日本で初めて開発した上に、世界で初めてアルコール分0パーセントのしょうゆを開発したということで、醤油業界の先駆けとなっています。今年一月には、粉末のしょうゆも開発し、外国に輸出する際には、長期保存が可能という衛生的な面でも、液体ではなく固体であり飛行機で輸送するのに最適であるという面でもとても良いアイデアだと思いました。そんな室次さんの醤油へのこだわりは日本一強いと言えると思います。大変な手間と時間がかかり大量生産に向いておらず、現在ではほとんど生産されていない「天然醸造しょうゆ」は、江戸時代から今に至るまで、室次さんが作り続けている伝統調味料です。300種類以上の天然アミノ酸が、深いコク・まろやかな味・ほのかな大豆の香りをもたらし、これは人工調味料では到底つくり出せないものだそうです。

室次さんが無添加にこだわる一方で、日本では、人工調味料を用いて短時間で製造できてしまう安価な醤油が近年大量生産されているという事実を、私は今回初めて知りました。また、醤油の外国への輸出推移の表からは、味噌とは違って中東やオーストラリア州にもある程度輸出されていることが分かりました。

次に、ヒアリングの質問項目をまとめます。

#### 【共通に聞くべき事項】

- ・空襲・地震・水害など様々な被害に何度も遭われていますが、具体的にはどのように建て直しましたか？

- ・多くの人に商品を愛してもらうために、味と素材以外でこだわっていることはありますか？（例えば、お店の清潔感を保つこと、接客の仕方、価格など）
- ・醤油や味噌づくりを受け継ぐ若者は、不足していますか？
- ・インターネットのホームページだけでなく、Twitter や Instagram など、日本の若者だけでなく、海外の人たちの目に留まりやすい SNS で、会社としてアカウントを作って宣伝する予定などはありますか？

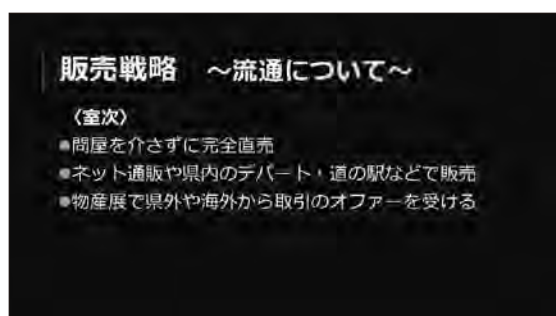
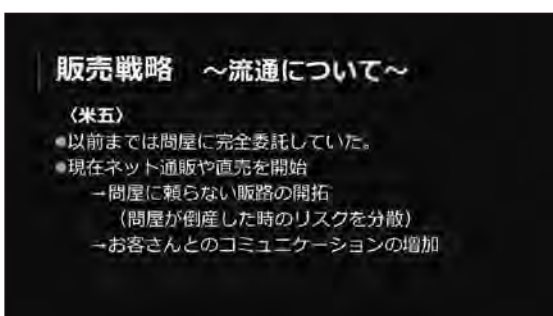
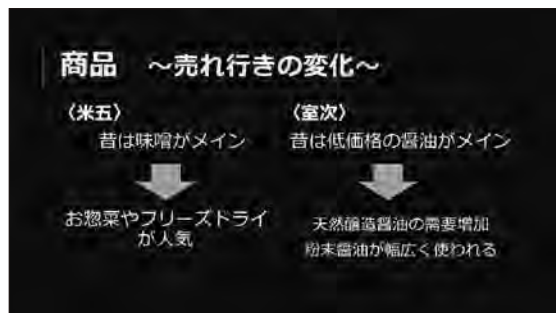
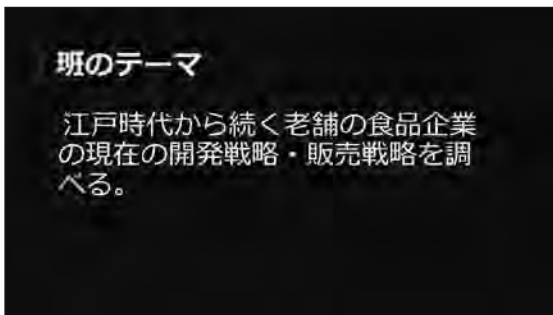
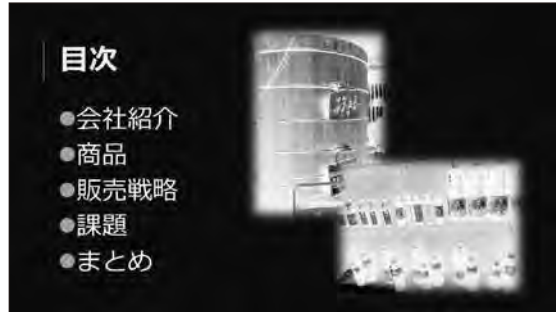
【(株) 米五さんに聞くべき事項】

- ・台湾の物産展に参加されているということですが、今後、他の国々にも米五さんの味噌を宣伝しようとはお考えですか？もしそうであれば、具体的な国名とその理由もお願いします。
- ・日本全体で、日本の味噌が北米やヨーロッパ、アジアなどには多く輸出されているにも関わらず、中東やアフリカにはほとんど輸出されていないことについては、どうお考えですか？
- ・国内で販売する際と、外国に向けて販売する際に気をつけていることの共通点と相違点はなんですか？
- ・海外に売り出す前に、その国の経済的、あるいは文化的な事情について知ることは、どのくらい重要ですか？

【(株) 室次さんに聞くべき事項】

- ・人工調味料を一切使わず醤油を作る上で、完成するまでの期間が長いこと以外にコストや衛生管理などで大変なことはありますか？
- ・味だけでいうと、人工調味料が使用された安価で大量生産されている醤油と、室次さんの醤油の一番大きな違いはなんですか？
- ・消費者にアピールする上で、長い歴史がある会社であることはどういった利点がありますか？

# 公開プレゼンテーション



### 販売戦略 ～海外について～

<米五>

輸出先

販売先・利用方法

台湾  
香港  
シンガポール

現地のスーパーでの販売やお惣菜の材料

### 販売戦略 ～海外について～

<室次>

輸出先

販売先・利用方法

台湾  
中国  
中東  
東南アジア

現地の日本食レストランやスーパー、デパートなどでの販売



### 販売戦略 ～宣伝について～

<米五>

・ FBC  
・ 広告 (新聞・電柱・Google)  
・ ダイレクトメール (年4回)  
・ 物産展

味増づくり体験  
工場見学  
大学生のインターンの受け入れ  
学校給食




### 販売戦略 ～宣伝について～

<室次>

新聞・雑誌・テレビからの取材・オファーによる宣伝  
東京などで開かれる物産展

海外で救った食品 再び  
「食」の歴史を  
追いかけてきた花畑



### 課題

<伝統食品産業として>

国内消費量の低下

生産スピード

高いコスト

### まとめ ～続けてこられた秘訣～

- 大量生産に手を出さなかったこと
- お客様のために地道に続けてきたこと

大量生産の時代は衰え、お客様のニーズに応える時代へと変わっている

### 提案

- 伝統・健康志向・味以外で他社に対して差をつけるポイントを探す
- 地元の企業や大学、コンビニなどのコラボ企画を通して伝統食品に興味を持ってもらうきっかけを作る

ご清聴ありがとうございました




### （ヒアリングを通してわかったこと・考えさせられたこと）

私は H 班として、「伝統食品産業の販売戦略について調べる」というテーマのもと調査を進めてきました。江戸時代から続く老舗の食品産業二社を比較するというので、私たちの班は、味噌を主に販売している(株)米五さんと、醤油を主に販売している(株)室次さんにヒアリングをさせていただくことになりました。

まず、ヒアリングを行う前に、どのような順序で質問するか、どのような項目に分けるのかを班員で話し合いました。私たちの班テーマは販売戦略について調べることだったので、それに重きを置きつつ、これまでに至った背景やどのような商品を取り扱っているかなどを明確に知りたかったので、「歴史」、「商品」、「新商品」、「販売戦略」、「課題」という項目分けと順序にしました。

実際にヒアリングを行って気づいたことが沢山あります。まずは、「歴史」についてです。二社とも創業されてから長く、福井空襲・地震・洪水などの被害に遭っています。貯蔵していた商品がお客様に提供出来ない状態になってしまったそうですが、そこで経営続行を諦めるのではなく、借金をしながらでもまた一から醤油や味噌を作り、それらを再び販売することで少しずつ借金を返済して経営を立て直されたそうです。注目すべき点は、それらの災害などが起きた時期にあると思います。一つの災害から暫くしてもう一つが起こったならまだしも、これらの地震・空襲・洪水は、長い間隔を空けることなく立て続けに起きています。「また一から頑張ろう」と再スタートして間もない時期に、その希望を砕き壊すような災害が起これ、その後も市民や企業の経営者が前を向き始めた時期に災害が起きたことは、建物や商品だけでなく、経営者の方々の精神的にも大きなダメージを与えたと思います。歴史ある企業だからこそ、「今まで築いてきた伝統を守り続けたい」、「お客様に商品を提供したい」という思いが、他の企業以上に強く、そのような強い心があって今に至っているのではないかと感じました。

続いて「商品」についてです。ここでは、時代の変化に伴って商品の売れ行きがどのように変化していったかについて見ていきたいと思います。米五さんは、様々な種類のお味噌に加えて、味噌を使ったお惣菜・フリーズドライ・お菓子などを販売しています。昔は、味噌だけでしたが、最近はおお客様のニーズに合わせてこれらのアイデア商品も開発し、提供されています。昔から、味噌やはまな味噌は根強い人気を誇っていますが、



最近では共働きの家庭の増加に伴い、料理にあまり時間をかけられない主婦が増加したことで、フライパンで焼くだけ、お湯をかけるだけなど手間をかけずに済む魚の味噌漬けやフリーズドライの需要が年々高まってきているそうです。

一方、室次さんは、昔は低価格の醤油がメインでしたが、最近は「高価でも、美味しく身体に良いものを摂りたい」というお客様の健康志向の高まりによって、天然醸造醤油という無添加の醤油の人気が高まってきているそうです。また、近年、粉末の醤油が開発されたことで、これまで醤油に見向きもしなかったような若い年齢層から購入されることが多くなったようです。醤油を粉末状にするメリットとしては、フレンチ・イタリアン料理にも使えること、賞味期限がなく腐敗しにくいこと、輸送しやすいこと、塩分が液体状の醤油よりも少なく健康にも良いこと、料理以外にもデザートなど新たな使い道が広がることなど、多く挙げられます。商品の売れ行きについて二社に共通して言える点は、時代によってお客様のニーズは変化し、求められる商品にも変化が出ているということです。

続いて「新商品」についてです。ここでは、新商品をどのような過程を経て開発しているのかについて見ていこうと思います。米五さんの場合は、まずターゲットを決めてから、そのターゲットのニーズに合わせて新商品を開発しています。社内にて月に一回若い社員だけで勉強会を開き、新商品の案を出し合っています。また、それとは別に開発チームを作り、そこでも新商品案を出し合っています。物産展でのお客様の声を反映しようという思いを持って、美味しさを一番重視し、常に新商品の試作はされていますが、実際に新商品を販売するのは少なくとも年に一回だそうです。流行の食べ物（例：お米のいちほまれ）や特定の年齢層に特に人気がありそうな食べ物（例：若い女性に向けたフルーツを使った味噌）などを使った新商品の案を自ら考えているのが、積極的だと感じました。また、新商品を販売するにあたって、最初に目標売上数を決め、それに達しているかどうかでその新商品の需要があるかどうかを見極めているそうです。

一方、室次さんは、物産展でのお客様の声やスーパーマーケットのバイヤーの意見を基に、それらの要望に応じて新商品の開発を行っているそうです。二社共にお客様の声を新商品に反映しようとしています。室次さんは自発的な開発はしないということで、これが米五さんと異なる点だと思いました。米五さんは、自ら新商品の提案もしつつ、お客様の要望に沿った新商品を開発し、室次さんは、実際にお客様から求められたものしか作らないという風に言えると思います。

これら二社の新商品の開発方法を比較し、私は、それぞれメリットとデメリットがあると思いました。米五さんのお客様も考えつかないようなアイデア商品を自ら提案することは、実際にその新商品がヒットした場合は、お客様を驚かすことができたり味噌の可能性を広げられたりすることが出来ると思います。しかし、これは実際にお客様から届いた声ではなく、開発者の推測に過ぎないので、その商品が本当にヒットするかどうかは定かではなく、しなかった場合のことを考えると、時間や費用のロスが大きいとも言えると思いました。一方、室次さんの方法だと、確実に売れるものだけを作るという意味では無駄がありませんが、醤油を知り尽くしている開発者の側にいるからこそ出せるアイデアが潜んでいるかもしれないので、どちらの方法がより良いかを判断するのは難しいと感じました。

続いて、私たちのメインテーマである「販売戦略」についてです。まず、流通について見ていきます。米五さんの場合、以前は問屋に完全委託していましたが、十年ほど前にインターネット通販や直売を開始し、問屋に頼らない販路の開拓に取り組んでいます。問屋からの依存から脱却し、問屋が倒産した時のリスクを分散するためという理由の他に、自分たちの販売力を上げたいと考えたことがこれらを始めたきっかけだそうです。現在は、商品の約半分を問屋に委託していますが、自分たちの商品がどのような所に卸されているのかは、福井市内以外に関しては完全には把握出来ていないそうです。

一方、室次さんは、問屋を介さない完全直売を行っており、ネット通販や県内のデパート、道の駅などで商品を販売しています。流通面での二社の最大の相違点は、商品の卸先の把握度だと思います。米五さんの場合は、若者向けのカジュアルなお店など思いもよらないような所に商品が卸されていることがあり驚いた経験があるそうです。私たちの班では、卸先を出来る限り把握した方が商品の知名度や行き渡りの範囲を推定することが出来、今後の販売戦略に何か繋がるのではないかということをお話しました。

次に、海外について見ていきます。米五さんは、香港、台湾、シンガポールに主に味噌を輸出しており、お惣菜の材料として現地のスーパーなどで販売されているようです。一方、室次さんは、台湾、中国に加えて中東にも輸出しており、アルコール0%であるハラール醤油の開発によって、宗教的にアルコールが禁止されているそのような地域への輸出も可能になったようです。私たちは、普通の醤油に少しとはいえアルコールが含まれていたこと自体この調査を通して知ったのでその事実には驚いたと同時に、これまでアルコールが理由で輸出出来なかったような地域にまで醤油が広まり始めているのは、

日本の伝統的な調味料の魅力を経済界の人々に知ってもらえる大きなきっかけになるのではないかということをお話しました。

続いて、販売戦略の最後の項目である宣伝について見ていきます。米五さんの場合は、テレビのCMや新聞などの広告、物産展に加えて、常連客には年に四回ダイレクトメールを送っているそうです。また、子どもたちや若い世代にも味噌の魅力を知ってもらおうと、小学生の味噌づくり体験や工場見学、大学生のインターンシップを受け入れることなどをされています。また、「米五のみそ」の味に親しんでもらおうという思いで、福井市内全ての小学校の給食の味噌汁に米五さんの味噌を使用しているそうです。利益はほとんどないそうですが、このような地道な努力をしなければならないほど、老舗が作っている伝統的で少し値段の高い調味料は、若い世代に知ってもらえる機会が少ないのだと感じました。また、班での話し合いでは、一人暮らしをきっかけにスーパーに自ら買い物に行く大学生をターゲットにし、そのような大学生が気軽に買えるような小分けの味噌のパックを売り出せばいいのではないかと案が出ました。

一方で、室次さんは、テレビや雑誌などから宣伝のオファーが来るため、自ら宣伝にお金をかけることはしていないようです。また、小学生の工場見学は行っていますが、米五さんのように自ら宣伝するような取り組みは行われている様子はなかったため、この点が二社の相違点だと感じました。

続いて、伝統食品産業である二社が抱える「課題」についてです。味に強いこだわりを持っているということから、コストが高いこと、生産スピードが大量生産型の企業に比べて遅いことなどが挙げられました。これらの課題から、私は、「何かにこだわろうと思うと、他の何かを犠牲にしなければならない」ということが言えると思いました。コストや生産スピードに問題があるからといってそれを変えようとする、味が落ちてしまうという新たな問題が発生してしまいます。材料にこだわり、じっくりと時間をかけるからこそ生まれる美味しさがあるので、強みと弱みは紙一重であり、これらの課題を解決するのは非常に難しいことであると実感しました。

最後に、私たちの班では、これらの二社の伝統食品産業が今日に至るまで続けてこられた秘訣として、大量生産に手を出さなかったこと、そして、お客様のために地道に続けてきたことの二つに絞りました。これらの企業には、大量生産型企業に比べてお客様のニーズに応えやすいという大きな利点があります。ただ安く大量に作る企業とは違い、時代の変化とともに変化するお客様のニーズに伴って、絶対的な美味しさを保ちながら

商品を試行錯誤する…このような独自のスタイルを持っている伝統食品産業の強みを生かし、大量生産企業と差別化を図ることが重要なのではないかと考えました。また、この調査を通して、伝統食品産業という同じ枠内にある企業でも、販売戦略は少しずつ異なるということが分かり、それぞれ独自のスタイルを持っていて新たな発見が沢山ありました。伝統食品産業への理解度が高まり、とても貴重な経験になりました。

### （他班の報告を聞いてわかったこと・考えさせられたこと）

特に印象に残っている班が三つあります。一つ目は、「福井の企業における海外戦略」をテーマにしていた **A 班** です。自分たちの班もそうすれば良かったかなと思った点が、企業の海外戦略の実態について述べる前に、ヒアリング前の自分たちの考える海外戦略のイメージをいくつか述べていた点です。事実をただ述べるのではなく、「自分たちのイメージはこうだったが実際は…」というふうの一つずつ予測と結果（事実）を比較しながらプレゼンを進めていて、とても分かりやすかったです。

大手企業ばかりが海外進出している、言語が出来ないと海外に派遣できないなど、**A 班**の人たちと私自身が抱いていたイメージは全く同じでしたが、実際はイメージとは異なる点が沢山ありました。**A 班**は、海外展開を行うという共通点を持ちつつ、従業員数と扱う商品が異なるセーレンさんと松浦機械製作所さんの二社を比較しており、海外展開のスタイルなどがそれぞれ違ってとても興味深かったです。海外進出するのは大手企業ばかりというわけではなく、実際は海外進出に会社の大きさは関係ないということに一番驚きました。寧ろ、中小企業のほうが海外に派遣される機会が多い傾向にあるという事実を知り、今まで抱いていたイメージを大きく覆されました。

また、海外に派遣されるのは多言語が流ちょうに話せて海外の知識も豊富な人に限られると思っていましたが、実際は、急遽派遣されて働きながら学んでいくという斬新なスタイルも珍しくないとのことで、言語力は意外と重要視されていないことに気づきました。もちろん英語などの多言語を話せることは現地の職員と信頼関係を築くためにも必要ですが、海外で働くうえで、言語以上に忍耐力やコミュニケーション能力が求められていることを知って、自分自身について色々と考えさせられました。私は、まずは三年次に海外に留学するために英語の勉強に力を入れています。その先の就職のことまで見据えると、英語力だけを極めるだけでは強みが不十分であるところのプレゼンを通して強く感じました。大学生活を通して、様々な年齢でそれぞれ違った価値観を持っている人と積極的にコミュニケーションをとろうとすることが、今の私にまず出来ることなのではないかと感じました。

二つ目は、「企業や自治体の人材育成について調べる」ことをテーマにした **B 班** です。**B 班**のパワーポイントは、「採用」、「教育」、「評価・昇進」という項目に分かれており、

一つのスライドで一つの項目を挙げ、福井鋸螺さんと福井県庁さんの二社を比較できるようにしていたのが、見ている側としても分かりやすく、とても良かったと思います。

この二社は業種が大きく違いますが、両社とも、採用時に言葉遣いや態度など常識があるかどうかを見るという共通点があったので、常識があることは業界関係なく重要視されるというか、大前提であると感じました。二社が求める像は、全く同じという訳ではありませんが、共通しているのは「協調性」「他人と信頼関係を築ける」など、他の社員とよい関係を築けそうな人であるということです。たとえその人個人の仕事の出来が良くても、うまくコミュニケーションをとれず、他の社員と協力しながら進めるような仕事が出来ないような人は使えないという意味なのではないかと思いました。

また、教育の面で特に印象的だったのが、福井県庁さんの「説明力アップ」と「クレーム対応」の講習です。内容がユニークなので、この講習を受けた人が実際にどのくらい効果を感じているのかがとても気になりました。また、安定を求めて公務員を目指す人が多いですが、公務員に対して世間の目が厳しくなっていており、改革を求められるようになってきているということから、そういった理由で公務員を目指す時代ではなくなってきていると感じました。年功序列制度を取り入れている多くの企業が少しずつ実力主義に転換し始めているということで、このプレゼンで取り上げていたのは二社のみですが、日本全体の企業の考え方だけでなく、今後就職する若者の働くことに対する考え方も大きく変わっていくだろうと思いました。

最後は、「農産物の地産地消の取り組みについて考える」ことをテーマにしていた **I班**です。私自身、野菜の直売所に行ったことはほとんどないので、最初はテーマを見てもあまりピンと来ませんでした。しかし、プレゼンが進むにつれて、新鮮さをとても重視していることや、消費者とのつながりを大事にしていることなど、直売所にはスーパーとはまた違った魅力があることが次第に分かっていきました。

スーパーとの違いで私が一番驚いたことは、スーパーであったらおつとめ品として売られるような形が綺麗でない野菜も、新鮮であれば形の良いものと同じ値段で売られているということです。また、I班の提案にあった、直売所に家族三世代で来たら割引するという考えは、とてもユニークで面白いと思いました。子供や若い年齢層の人たちは、普段行き慣れているスーパーでしかきつと野菜を買ったり目にしたりしていないと思います。いくら直売所の方が若い人たちをターゲットにしたレストランを経営していても、その存在を知るきっかけがなければ意味がないと思うので、この「三世代割引」の

案は、とても良いと思いました。そのようなことをきっかけに、直売所で売られている地元野菜の安全性・新鮮さ・美味しさなどに気づき、若者の間でも地産地消が広がれば、地域経済の活性化に繋がるのではないかと思います。

それぞれの班でそれぞれ違うテーマのもと、調査を進めて最後にプレゼントという形で発表しましたが、どの班も内容が深く、色々と考えさせられる機会が多かったです。この授業を通して気づいたこと、得た知識などを今後の課題探求 B や他のことに活かしていきたいと思います。

(以上、亀井麻衣のレポート)

I 班	17150213	久保 紅生	クボ アカイ
	17150248	小寺 美帆	コデラ ミホ
	17150256	後藤 健也	ゴトウ ケンヤ
	17150281	佐藤 野乃花	サトウ ノノカ
	17150523	安居 真菜美	ヤスイ マナミ
<p>「農産物の地産地消の取組みについて調べる」</p> <p>安心安全な食品、生産者と消費者の顔が見える関係の構築、持続可能な農業経営等の観点から、県内で進んでいる地産地消の取組みについて、その考え方、事業展開の課題、将来展望等について調べます。</p>			
10/20 13時30分	<p>JA福井市喜ね舎(きねや) 愛菜館 すまいるバス北四ツ井1丁目徒歩10分 〒918-8218 福井市河増町9-10-1 0776-52-8311 店長 前田秋二氏</p>		
11/1 14時30分	<p>(有)ファームビレッジさんさん えちぜん鉄道越前新保駅徒歩15分 福井市新保町17-28 0776-52-3354 代表取締役 安実正嗣(あんじつ・まさつぐ)氏</p>		
事前準備資料	<ul style="list-style-type: none"> <li>・二木季男『地域農業再生 地産地消活動の計画と運営』2010 序章</li> <li>・田中満『まだまだ伸びる農産物直売所』2009 第1章</li> <li>・小池恒男ほか『キーワードで読みとく現代農業と食料・環境』2011 「ファーマーズ・マーケット」「転換を模索する農協」</li> <li>・浅井昭三『日本の農産物直売所-その現状と将来』2004</li> <li>・関満博・松永桂子『農産物直売所/それは地域との「出会いの場」』2010</li> <li>・さんさん新聞記事</li> </ul>		
教員	伊藤・月原		



## 事前学習レポート

まず、私たちのI班のテーマは「農産物の地産地消の取り組みについて調べる」です。安心安全な食品、生産者と消費者の顔が見える関係の構築、持続可能な農業経営等の観点から県内で進んでいる地産地消の取組について、その考え方、事業展開の課題、将来展望等について調べることが目的です。

### ① 事前学習で分かったこと。

私たちI班は、事前学習にあつたて6つの事前準備資料を読みました。そこからまず分かったことは、直売所についてです。農産物の地産地消となるとやはり直売所が上げられます。そんな直売所にも歴史があり、進化を年々遂げていることが資料から読取撮ことができました。

まず、直売所というものは、最初は無人の販売所だったそうです。戦後まもない頃に、農協に出品することができないような規格外品などを農家の軒先などに置いて販売していたのが無人販売所の原型だと言われます。そして、昭和50年頃になると、無人販売の経験を積み重ねた農家の女性たちや地域の農業者たちが農村地域の活性化、さらには、地域交流を目的にもっと本格的に始めたのが、農産物直売所です。そこから、なお進化を遂げ、今では、傷が付いたりして直売所に出せない商品を加工所や農村レストランを造り消費していく、この農産物の三点セットがどの地域にもよく見られるようになったようです。地域でとれたばかりの農産物は新鮮で値段も比較的安く、今では野菜だけでなく、肉や魚、さらには米などもあるため、この三点セットが、今人気が上がっているそうです。消費者にも、とても人気な直売所ですが、農家の人たちにとっても、商品の値段を自分たちで決めることが出来ることから、とても嬉しいそうです。このことから、今や直売所はとても大きな効果を生み出す一つのビジネスだということがよくわかりました。

こんなにも順風満帆に見える農産物直売所ですが、今や課題も多いことが資料を通してわかりました。それは、本来の農産物直売所の目的でもある、地域交流が疎かになってしまっていることです。農産物直売所は、ビジネス化が進み、だんだんと大きくなっているため、地域の人たちと交流できる機会が年々減ってきているそうです。

さらに、2020年の東京オリンピックに向けてGAP（農業生産工程管理）の取得も課題だそうです。GAPとは、Good Agriculture Practiceの略で、農業において、食品安

全、環境保全、労働安全等の持続可能性を確保するための生産工程管理の取り組みのことだそうです。なぜこの取得にこだわるかというと、これを我が国の多くの農業者や産地が取り入れることにより、結果として持続可能性の確保、競争力の強化、品質の向上、農業経営の改善や効率化に資するとともに、消費者や実需者の信頼の確保が期待されるからです。

これらことから、私は、今まであまり知らなかった農業の世界、そして直売所の現状について知ることができました。

## ② ヒアリング項目

今回、私たちのテーマである農産物の地産地消の取り組みについて調べるにあたって、ヒアリング調査のために、JA 福井市喜ね舎（きねや）愛菜館さんと有限会社ファームビレッジさんに伺うことになっているので、それにあたっての質問事項を事前準備資料を参考に考えました。

（共通の質問）

- ・ 農産物直売所を始めた時期ときっかけについて
- ・ 今と昔を比べての変化について（訪問者数の変化や売上の変化について）
- ・ 今ある課題について
- ・ 今新たに始めようと思っている取り組みはあるのか、  
→あった場合、それはどんなことか
- ・ GAP 取得を目指しているのか  
→その場合、その理由と、そのために行っていることについて
- ・ 農業者が資料では減ってきているとあったが、それは福井でも共通のことなのか  
→減ってきている場合、どれくらい減ってきているのか

## ○JA 福井市喜ね舎（きねや）愛菜館さんに聞くこと

- ・ JA（農協）離れが起こっていると聞いたが、それはここ福井でも共通なのか  
→その場合、どんな課題があるのか
- ・ JA に対するライバルが増えてきていると聞いたがそれは本当なのか  
→その場合どんな打撃があるのか、それに対する対策はあるのか
- ・ 加工食品の売上は農産物と比べてどうか
- ・ 地域活動の拠点として、来館者に、農業情報提供や消費情報収集やコミュニケーション活動をしているとあったが、具体的にどのようなことをしているのか

○有限会社ファームビレッジさんに聞くこと

- ・農産物直売所の他にレストランがあると聞いたが、評判はどうなのか
- ・「農」と「食」を媒介にした地域共生の社会づくりを目指すために、農産物直売所として、レストラン、パン販売以外にやっている活動はあるか、それかやっていきたいものはあるか。
- ・おもに、レストランにきている年齢層について
- ・販売、加工、レストランの三点セットをやったのメリットとデメリットについて

これらのことについて、JA 福井市喜ね舎（きねや）愛菜館さんと有限会社ファームビレッジさんに聞いて、身近な福井の地産地消、そして農産物直売所についてもっと知りたいと思います。

# 公開プレゼンテーション

## I 班 農作物の地産地消の取り組み について考える

保江正 小寺高勲 磯藤佳由 佐藤野乃花 斎藤清菜実

### 目次

- 地産地消について
- 直売所について
- スーパーとの違い
- ヒアリングの結果  
JA 喜ね舎愛菜館  
ファームビレッジさんさん
- 比較、分析
- まとめ

### 地産地消とは

- 地域で収穫された農作物をその地域内で消費すること
- 食育への貢献
- 地域経済の活性化

### 直売所について（スーパーとの違い）

- 新鮮さを重視している
- 外国産の物は売っていない
- 価格、包装は生産者による
- 売り切れがある
- 消費者とのつながりを大事にしている
- 料理方法の提案をしている

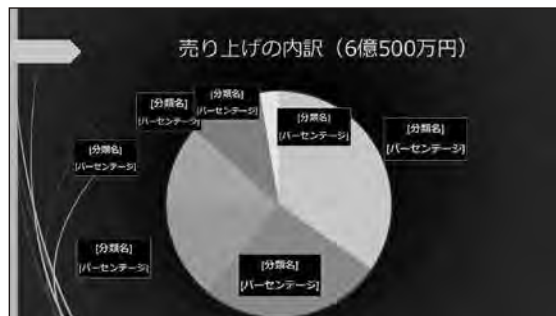


### JA福井市喜ね舎愛菜館

- 福井市河増町
- きっかけ
  - 昨今経営が厳しい水田農業に加えて園芸農業も開始
  - 消費者に安心安全、新鮮な農作物を
- 特徴
  - 栽培日誌の提出義務

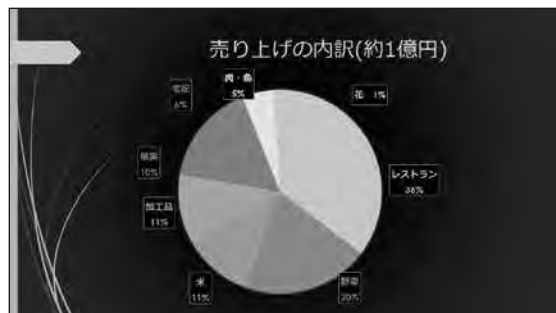
栽培日誌だよ〜

売れ筋No.1  
おはぎ



### ファームビレッジさんさん

- 福井市新保町
- きっかけ
  - 消費者とのつながりを大事に
  - 食への関心を持ってほしい
- 特徴
  - 若者向けのレストラン
  - 社員は食のエキスパート
  - 料理方法の説明
  - 試食販売



比較・分析

相違点	共通点
■ 出荷可能地域	■ 宣伝方法
■ 地域交流	■ 売れ残り品の行方
■ 品揃え	
■ 収益	

まとめ

地産地消は人を健康にする。

課題 → 若い世代やファミリー層の利用者が少ない！

提案

- 若い人向けのイベント
  - 料理教室
  - 3世代で来たら値引き

ご清聴ありがとうございました

### （ヒアリングを通してわかったこと・考えさせられたこと）

私たちの班、I班のテーマは、「農産物の地産地消の取り組みについて調べる」です。そこで、私たちは、実際に福井の2つの直売所を訪れました。私のなかで、直売所や地産地消活動というのは、ただ単に地元の食材を売って、地元で消費することだと思っていました。しかし、調べてみるとそんなに単純なことだけでないことがわかりました。

私たちの班は、福井市にある、福井最大の直売所、JA 福井市喜ね舎愛菜館さんと有限会社ファームビレッジさんさんさんにヒアリング調査をしました。

まず、最初に発足のきっかけを聞きました。私は、直売所が出来たきっかけを調べた時、農家の人たちが、まず無人販売をしていて、そこから発展して出来たと書いてあったので、JA 喜ね舎さんやファームビレッジさんも、そんな理由からできたのかなと思っていたのですが、実際、喜ね舎さんは収入や助成金の廃止、労働力不足から水田農業だけでは厳しくなったこと、そしてその代わりに園芸農業が盛んになったことが理由で設立に至ったそうです。そして、ファームビレッジさんは、もっと消費者の意見を多く取り入れたり、農家さんと消費者につながりを持たせたり、食にもっと興味を持ってもらうためにできたそうです。

まずそれを聞いて、自分が思っていた理由と全く違ったのでびっくりしました。そして、さらに、この2つの直売所で全く理由が違うことにびっくりしました。やっぱり、大手であるJA 喜ね舎さんは、ビジネス的な感じで利益をもっと上げるために出来たと感じました。一方で、ファームビレッジさんは、利益もそうですが、もっと消費者と生産者との交流やつながりを大切にするためにできたのだと感じ、直売所の発足の理由にもいろいろあるんだなととても勉強になりました。

次に私たちは、スーパーマーケットと直売所の違いについて聞きました。私は、あまりスーパーマーケットにも直売所にもいかないのですが、どんな違いがあるのか全く知らなかったのですが、ヒアリングをしてみてはっきりとその違いを見出すことができました。

まず、これはどちらの直売所でも言っていたのですが、何がスーパーマーケットと大きく異なるかという、設定価格だそうです。スーパーマーケットでは、農家さんたち自身が決めることのできない価格も、直売所では生産者さんたちが自ら決めることが出来るそうです。そのため、スーパーマーケットよりも比較的安く商品を提供できるそう

です。さらに、スーパーマーケットでは 30%から 45%取られてしまう手数料も、JA 喜ね舎さんでは 15%、ファームビレッジさんでは 20%と、とても安いそうです。

さらに、何が違うかという点と鮮度だそうです。品切れが許されないスーパーマーケットでは、大量に商品を入荷して保存し、お客様に届けるため、鮮度が落ちてしまうのに対して、直売所では、その日に取れたものだったり、旬なものだったり、売り切れができる数でしか店においていないので、新鮮なうちに消費者に食べてもらえるらしいです。スーパーマーケットでは、たくさんの外国産の商品が置いてありますが、地産地消をモットーにしている直売所では、一切外国産のものはおいていないそうです。ここまでがスーパーマーケットと直売所との大きな違いです。私は、スーパーマーケットの手数料や価格設定について全く無知だったので、安いとか高いとかが分からず、適当に買っていました。今回 2つの直売所からこのことを聞いて、スーパーマーケットは高いんだなって事が分かりました。そして、手数料や鮮度もこんなにも違うんだと、とても驚きました。

ここまで、2つの直売所が、似たようなことをおっしゃっていましたが、この2つの直売所にも置かれている商品について異なる点がありました。まず JA 喜ね舎さんでは、肉や生魚などは取り扱っていないのに対し、ファームビレッジさんでは肉は地元の業者から卸していたり、魚も福井の漁港から毎朝卸していたりと肉や魚も取り扱っていました。さらに、喜ね舎さんでは福井市で取れた農作物しか取り扱わないのに対してファームビレッジさんでは、新鮮な状態で入荷できるものならどの地域でも OK という感じで、店には福井市以外の福井の市町村から届けられた野菜や、県外から取り寄せられたフルーツなどがありました。他には福井で作られた味噌や醤油などの商品も2つの直売所にありました。

直売所のメリットとして、情報がスーパーマーケットよりも多く得ることが出来るため安心安全などというのがあります。その情報提供にも2つの直売所でかなり異なりました。JA 喜ね舎さんでは、農産物についているバーコードをバーコードリーダーで読取ると、その農産物の栽培日誌が表示され、農薬の種類やあげた回数など、安全性に関する情報をたくさん得ることが出来ます。一方、ファームビレッジさんには、レストランが併設されているため、農産物の産地や生産者のことが記載された紙には、一緒に、その農産物の料理の方法なども書かれていました。

このように、2つの直売所に置かれている商品や農作物には様々な違いがあることが

分かりました。私は、実際に直売所を訪れるまで、福井県産以外のものが商品として置いてあるなんて思わなかったし、福井市だけに地域を限定しているとも思いませんでした。ほどよく、どの直売所も福井県内から集まってきた野菜や果物が売っていると思っていました。なので、直売所ごとに、置いてある商品の生産地域にも差があつてとても面白いなと改めて感じました。

次に、この2つの直売所を利用している人たちの特徴についてです。

昨年、JA 喜ね舎さんには、年間で、352,574 人、一日平均 1,100 人の人が来店したそうです。お客さんの割合は、男性が二割、女性が八割と女性が多く、その利用者のほとんどの年齢層は 50～60 代の人たちだそうです。

ファームビレッジさんには、年間約 50,000 人の人が訪れ、お客さんの割合は JA 喜ね舎さんと一緒に、男性が 2 割、そして、女性が 8 割だそうです。ファームビレッジさんでも 60 歳代やそれ以上の利用者が圧倒的に多いらしいです。

私は、直売所についての資料を読んだとき、最近、食についての安全性が脅かされる事件や事故が日本で増えてきているため、食に対して興味を持つ若い人たちが増えてきていると書かれていました。そのため、もっと直売所の利用者に若い世代の人たちや、ファミリー層の人たちが来ているのかなと思っていましたが、実際に2つの直売所を訪れてみて、年齢層の高い人が大変多く、利用者の年齢層が偏っているなと感じました。直売所の利用者がどちらもとても多いことはとても素晴らしいと思いますが、やはりこれからも直売所などの地産地消を持続させていったり、広めていくためには、こういった若い世代の人たちにもっと直売所を利用してもらうことが大切だと、私は思います。なので、今回の活動を通して、直売所はもっと若者の興味を引くことをしたり、若者が来てくれるような策を考えるべきだと思いました。これがこれからの直売所の課題だと私は思います。

次に、農家さんについてです。現在 JA 喜ね舎さんには、1,671 人の農家さんが出荷登録をしており、その中で常時出荷しているのは、800～900 人だそうです。男女比は、男性が 7 割で、女性が 3 割で、定年後に農家を始め、出荷している人が多いため、60～70 代の人の方が特に多いそうです。逆に、兼業農家をしている割合は 2 割ほどだそうです。

ファームビレッジさんは、JA 喜ね舎に比べるととても少なく登録している農家さんの数は、約 60～70 人で、一年に一品しか出品しない農家さんも多いそうです。年齢で



言うと、60代以上の人たちの割合がとても多いそうです。若い農家さんも何人かいるようで、その年代は30代くらいだそうです。あと、兼業農家さんも少ないそうです。また、JA喜ね舎さんが出品地域を福井市だけに限定しているのとは、逆に、ファームビレッジさんは様々な地域からの出品があるそうです。

私は、最近農業が廃れてきていると聞いたので、兼業農家さんがほとんどで、ほかに仕事をしながら農業を行っている人が多いのかなと勝手にイメージで思っていたのですが、実際に直売所で農家さんの現状を聞いてみて、兼業農家が少ないことに少し納得しました。福井では、やはり若い人たちで農業をしている人が少なく、高齢者の方々が定年後に、仕事がなくなった状態で始めるので兼業農家が少ないことが分かりました。兼業農家が少ないということは、農家だけ、一本に、皆が力を注いでいるという風にも感じられますが、やはり、福井の場合兼業農家が少ない＝若者が少ないということだと思います。なので、いま福井が抱えている大きな問題少子高齢化問題をもっとどうにかしなければいけないと改めて思いました。

次に、宣伝の媒体についてです。JA喜ね舎さんでは、ポスターやチラシを使いイベントなどを紹介したり、FM放送の広告や福井テレビの出演で宣伝をしていて、将来的にはHPの作成や、SNSの利用もしていこうと考えているそうです。ファームビレッジさんでは、特に宣伝は行っておらず、消費者のクチコミのみで情報が広がっているそうです。あとは、店に来てくれるお客様に年に2回ほど開催されるイベントについての情報を伝えているそうです。ファームビレッジさんはJA喜ね舎さんとは、全く異なり、SNSなどで逆に情報が広がりすぎてしまうのを恐れているそうです。

私は、この二つの意見を聞いて、本当に真逆でとても驚きました。でも、私はSNSは情報を若い世代に伝えていく上ではいい方法だと思います。なぜなら、今はネット社会で学校の課題でもパソコンやアプリを使ったりしているからです。そのため、SNSは若者にとって今や最も身近な存在です。私もほとんどの情報をSNSなどを使い得ています。そのため、若者の層を獲得するにはSNSは必要不可欠だと思います。

最後に、地域活動についてです。地産地消というのは、ただ単に地元で地元の農作物や食べ物を消費することではないようで、地域の人たちとの交流も大きな地産地消の目的だそうです。そのため、直売所でも、地域活動といった交流が求められます。

JA喜ね舎さんでは、地域の方が会議室やホールを利用した絵画展などのイベントをすることがあるそうです。また、農協女性部の農産物を使った漬け物や梅干しなどの試

食販売もよく行っているそうです。一方のファームビレッジさんでは、年に2回の周年祭と収穫祭というイベントを行っており、実際に、杵と臼を使い餅つきなどを行っているそうです。

私は、餅つきなど子供も大人も楽しめるようなイベントはとてもいいなと思いました。なので、もっとファミリー層の人たちの来るような料理教室などのイベントや利用者に年齢層の高い人が多いことを利用した三世代割引などを作ればいいのではないかと思います。

今回のこの活動で2つの直売所の実際にヒアリング調査をしてみて、思っていたよりも相違点が多く私はびっくりしました。でも、それぞれが直売所のことをよく考え、そこに合った方法で直売所を運営し、利益を生んでいるのですごいなと思いました。でも、ひとつだけ課題を挙げるとすれば、やはり利用者の偏りようだと私たちは思いました。もっと若い人たちに来てもらえるように、することでもっと直売所などの地産地消活動というのは発展していくんじゃないかと、今回の活動を通して感じることができました。なので、今度は提案を伝えて実際にどう効果を生むのか試してみたくくなりました。

### （他班の報告を聞いてわかったこと・考えさせられたこと）

私は、まず最初の **A 班** の発表がとても印象に残っています。A 班は福井の企業の海外戦略についてプレゼンしていました。A 班は福井の企業であるセーレンさんと松浦機械製作所を訪問して、その2つの企業の海外戦略についてのプレゼンをしていました。セーレンさんは、福井の大きな企業の一つなので、海外進出もしていて、社員にも海外に行くチャンスがたくさんあるのかなと思っていましたが、社員数がとても多いため、海外に行くチャンスはあっても、少ないということを知り正直驚きました。一方、松浦機会製作所さんは、セーレンさんほど大きくはないので、海外進出なども無く、海外に行くチャンスもないのかなと思っていましたが、販売の7割が海外で海外進出もしていて、社員数もセーレンさんほど多くないため海外へ行けるチャンスが多い事が分かりとてもびっくりしました。

私は、海外に進出している企業となると、大きな企業の事だけだと思っていましたが、A 班の発表を聞いて海外進出は、決して大きな企業だけのことじゃなく、中小企業も海外進出をたくさんしていて私たちが海外へ行けるチャンスは大いにあるんだなと思いました。あと、海外にある工場や会社には現地の言葉が分かる人がたくさん派遣されるのかなと思っていましたが、実際には、現地の人たちを多く採用するため、日本人は少なく、決して現地の言葉がわかる人だけが行くのではないんだなと新しい発見がありました。

大学生として、**B 班** の企業や自治体の人材育成の話はとても興味が湧きました。この班は福井県庁さんと福井鋳螺さんについて調査をしていて、採用制度について話していました。どちらも筆記試験があり、面接などもあり、学力や性格などで採用、不採用を決めるのかなと思っていたので、それが大切なことなのかなと思っていたのですが、どちらも採用で見ると最大のポイントは常識がある（言葉遣い、態度など）ことだと知って、とても驚きました。確かに常識は人と接する上で大切なことですが、こんなにも重要視されていると知らなかったなので、このプレゼンを聞いて、自分自身もっと言葉使いや態度を気をつけなければならないとおもいました。

さらに、驚いたのは評価や昇進制度のことです。期間は違いましたが、どちらも A ランクや B ランクで段階的評価をしていると聞いて驚きました。会社に入れば、上司

などが仕事の出来や速さを見て評価されるんだろうなと思っていましたが、通知簿みたいに A ランクや B ランクというふうに評価をしていることは知らなかったのもとても勉強になりました。昇進も県庁などの地方自治体は年功序列が当たり前で、企業とかでは実力主義なのかなと思っていたのですが、県庁などの自治体でも徐々に実力主義になっていってると知って、やっぱり、切磋琢磨して自分自身の能力を高めていくことは企業や地方自治体がもっと向上していく上で大切なことなんだなと改めて考えさせられました。企業と自治体では、採用や昇進などいろんな面で違いが出てくるかなと思っていたのですが、意外にも共通点の方が多くてびっくりしました。これは、やはりどちらも求めることが同じなんだなとおもいました。

最後に、印象に残っているのは、**H 班**の伝統食品産業の販売戦略についてです。私たちの班も、地産地消と地元の食品についてで、販売や宣伝方法なども実際に直売所に行き調べたので、似たものを感じとても興味が湧きました。

この班は味噌の米五さんと醤油の室次さんについてプレゼンしていました。米五さんは自分たちでターゲットとなる人たちをきめ、そのニーズに応えるための商品を開発する方法をとっているのに対して、室次さんは、お客様からの実際の声を聞きその要望に応えると言った方法をとっているそうです。さらに開発の頻度も米五さんは少なくとも 1 年に一回とクールが早いのに対し、室次さんは 2～3 年と米五さんに比べると長い事が分かりました。このように、商品開発の面では会社ごとで違いがありとても面白いなと思いました。

一方で、流通の面に関しては、どちらも問屋を使わず、ネット販売や海外への輸出も行っていて、共通の面が多いなと思いました。宣伝の面では、米五さんは、テレビや広告、ダイレクトメール、物産展、さらに味噌づくりや工場見学や給食など幅広い面で宣伝している一方で、室次さんは、取材やオファーによる宣伝とたまにの物産展と少ない事が分かりました。私たちの調査した直売所もたまにのテレビでの宣伝と広告と、宣伝がとても少なかったのも、米五さんのようにもっと宣伝方法や活動を広げたら、少ない若い世の人たちをもっと獲得できるんじゃないかと、考えられました。

伝統食品も地産地消のひとつの目的である、食文化の理解という面で大いに活躍出来ると思うので、直売所にもっとこういった福井の伝統的な商品を大々的に置いたら、地産地消、伝統食品という 2 つの分野で活躍できていいのではないかと思います。

今回、様々な分野のプレゼンを聞いて、自分の知らなかったことや特に興味がなかつ

たことにも興味を持つことができ、就職や企業のことなど自分がこれから将来必要になっていくことについて知ることができました。さらに、実際の企業の方もこられていて感想や意見などを述べられていたので、自分の知識も深まり、とてもいい経験をすることができました。

(以上、佐藤野乃花のレポート)

J 班	17150302	関 美里	セキ ミサト
	17150311	高橋 大輔	タカハシ ダイスケ
	17150370	中広 莉央	ナカヒロ リオ
	17150485	松浦 桃子	マツウラ モモコ
	17150531	安江 美南	ヤスエ ミナミ
<p><b>「まちなかの賑わいづくりの取組みについて調べる」</b></p> <p>拠点づくり、空き店舗問題、賑わいイベントの企画準備・運営管理のノウハウ等の現状と課題について、実際に事業を進めている立場の認識を調べます。</p>			
10/20 13 時	(株)まちづくり福井 福井市中央 1-4-13 響のホール 6 階 0776-30-0330 岩崎正夫社長		
11/1 13 時	(一社)三国会所 えち鉄三国駅徒歩 10 分 坂井市三国町北本町 4-8-55 三国湊町家館 0776-82-8392 中田幸男専務理事		
事前準備資料	<ul style="list-style-type: none"> <li>・「三国町中心市街地まちづくりグランドデザイン」2003</li> <li>・坂井市「三国港町家活用プロジェクト事業計画」2014</li> <li>・福井県「県都デザイン戦略」2013</li> <li>・福井市「第 2 期福井市中心市街地活性化基本計画(1~3)」2013</li> <li>・『都市商業とまちづくり』2005 第 4 章「タウン・マネジメントの手法と展望」、第 5 章「再開発型複合店舗の再生」、第 6 章「まちづくりにおける NPO の意義」、第 7 章「コミュニティ・ビジネスとまちづくり」、第 11 章「まちづくりにおけるイベントの役割」</li> </ul>		
教員	田中・横井		

私が所属するJ班は「まちなかの賑わいづくりの取り組みについて調べる」のテーマをもとに拠点づくり、空き店舗問題、賑わいイベントの企画準備・運営管理のノウハウ等の現状と抱えている様々な課題について、実際に事業を進めている立場の認識を調べていく。そして、そのような取り組みを実際に行っている福井駅中心市街地と三国町における地域団体や組織にヒアリングを行う。その上で行った事前学習でわかったことと、それに基づくヒアリング項目案は以下のとおりである。

### ① 事前学習でわかったこと

まずは福井駅前市街地に関して、事前資料の2013年に発行された「県都デザイン戦略」「第2期福井市中心市街地活性化基本計画」に目を通した。そこには県都のめざす姿として、1. 歴史を受け継ぎ、新たな文化を創造する県都。2. 美しく持続可能な都市。3. 自然を守り、緑や水と共生するまち。の三つが挙げられていた。それに加えて、多様な余暇活動によって歩きたくなる魅力をつくることや、公共交通機関などを整備し訪れやすい環境をつくること、さらに環境を整えることで移住する人を増やすことが方針として掲げられていた。

そして、課題としては三つの項目が挙げられていた。一つ目は、イベント空間や生活利便施設の充実や景観整備の推進をすすめ、人々の交流が生まれる環境整備を整えること。二つ目は、中心市街地の情報発信や市民活動の育成を行い、官民が連携してそれぞれの役割を果たすことによる活性化の推進を進めること。三つ目は、JR福井駅周辺整備や再開発事業の推進、そしてまちなか居住施策の充実を行うなどして第1期計画に掲げた事業のさらなる推進を進めること。また福井駅前中心市街地が抱える現在の問題点として、空き店舗が多いこと、利用されていない土地が多いなどがあった。

まちづくり福井(株)のホームページからも様々なことがわかった。会社の主な事業として、福井まちなか文化施設 響きのホールの運営、ハピリンの指定管理者、さらにそれらの施設や福井駅前で行われる祭りやイベントの企画、福井市内を走るコミュニティバス「すまいる」の運行、地域型電子マネー「ICOUSA」の運営も行っている。最近ではSNSなどの情報媒体を利用して福井駅前の空きテナント募集をかけることや、響きのホールやハピリンで行われるイベントの宣伝などを行っている。

次に三国町で取り組まれているまちづくりに関して、2003年発行の「三国町中心市

街地まちづくりグランドデザイン」と2014年発行の「三国港町家活用プロジェクト事業計画」という二つの資料に目を通した。そこから三国町中心市街地まちづくりの基本コンセプトは、「祭の似合うまち三国」であることが読み取れた。「祭」という言葉に込められている意味を示し、歴史や文化、楽しむ、人と人のつながり、まちへの誇り、もてなしの心、豊かな暮らし、舞台としての町並といったまちづくりの基本理念を示している。また課題として6つの項目が挙げられている。1. 人の流出を防ぐため住みたくなるような魅力的なまちにする。2. 湊町としての町並景観の喪失を防ぐ。3. 商業などの活力の低下の活性化。4. コミュニティや文化の衰退。5. 休憩施設がないなど歩行者にやさしくない。6. 市民がまちへの誇りをもつ。以上の課題をふまえた上で具体的に、歩きたくなるような環境づくりや歴史的な拠点や三国らしい町並景観の保全と創出、空き家の利活用・町家の再生、イベントなどを通してまちをよくしていこうという市民意識をつくる、などといった事業や活動が行われているとあった。

そういった活動の中でも特に空き家の利活用・町家の再生に関しては、三國湊町家PROJECT というホームページから、現在空き家のいくつかがアンティーク雑貨店やフレンチデリのお店、さらに福井テレビ坂井支局として利用されていることがわかった。「詰所三國」といった町家ゲストハウスもオープンしている。町家の空き家を利用したプロジェクトに関しては上手く事業がすすんでいると思われた。

## ② ヒアリング項目案

事前学習でわかったことをふまえていくつかのヒアリング項目を提案したい。項目案は以下の通りである。

(共通して聞きたいこと)

- どのような活動をおこなっているのか (具体的に)。またその活動にはどのような効果がみられたか。
- 取り組みに参加する相手への交渉の難しさなどはあるのか。(利害関係など)
- 現状での課題を挙げるとしたら何か。
- 実際に課題となっていたものは改善されたのか。
- まちなかの賑わいづくりとして行った事業で一番効果的だったのは何か。



(第一回ヒアリング)

- 空き店舗問題はこれからどのように解決していくつもりなのか。
- 今後、福井駅前中心市街地はどのように変わっていくと思うか。またどう変わると思うか。

(第二回ヒアリング)

- 空き家プロジェクトは成功しているといえるのか。
- 実際に未完成のプロジェクトに関しては、現在どういう状況なのか。
- 今後、三国町中心市街地はどのように変わっていくと思うか。またどう変わると思うか。

# 公開プレゼンテーション

## まちなかの賑わいづくり

1班 関美里 高橋大輔 中広莉央 松浦桃子 安江美南

## 目次

- ・テーマについて
- ・ヒアリング先の概要
- ・娯楽施設と飲食店
- ・駐車場と公共交通機関
- ・空き店舗、空き家問題
- ・市民、企業との関わり
- ・それぞれの課題
- ・今後の理想像
- ・ヒアリングを通して


## テーマ

まちなかの賑わいづくりの取り組みについて調べる。

## ヒアリング先の概要


1. まちづくり福井(株)

- ・2000年設立
- ・福井駅周辺の中心市街地活性化のための事業を行う
- ・すまいるバスの運行
- ・空き店舗を使用してくれるテナント探し
- ・駐車場管理
- など



## 2. 三国會所

- ・2012年発足
- ・三国町の商業・観光などの産業復興及び、港町として栄えた歴史・文化を生かしたまちづくりの推進
- ・ふるさとづくり大賞の総務大臣賞受賞
- ・空き家プロジェクトや帯のまち流しの運営などを行う



## 娯楽施設

<p><b>福井駅</b> ショッピングモールやゲームセンターありと盛況している</p> <p>ネットでは手に入らないもの、できないこと</p> <p>But、</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・土地が足りない</li> <li>・高が築てれない</li> <li>・売れ上りの見込みがない</li> </ul> <p>理想：若者たちが楽しめる駅前</p>	<p><b>三国</b> 娯楽施設作る予定ない</p> <p>三国の歴史や文化について学べる学習施設や体験型施設を増やしたい (現在ある体験施設：苜蓿、三昧場、ガラス工房)</p> <p>理想：観光客呼び込みたい</p>
---	--

## 飲食店

<p><b>福井駅</b> ファストフード店(マック、ミスターなど)必要だと感じている</p> <p>あほりお金を使わない学生が長時間滞在</p> <p>店の回転が悪くなり売上の上げも落ちる 防犯上を兼ねない</p> <p>利益が大きい客層が集まる居酒屋が増加</p>	<p><b>三国</b> 専科料理の店舗やしたい</p> <p>東舞岡付近に飲食店が偏っている</p> <p>東舞岡に訪れるお客様を 三国駅周辺にも呼び込みたい</p>
--	--

## 駐車場について

<p><b>まちづくり福井(株)</b></p> <p>空き店舗の持ち主</p> <p>利益を得るため駐車場にしたい</p> <p>コインパーキング地の権利にあり</p> <p>しかし 休日不足になることも。</p>	<p><b>三国會所</b></p> <p>空き家の持ち主</p> <p>利益を得るため駐車場にしたい</p> <p>コインパーキングなかり増えにくい</p> <p>なぜ？ 歴史的景観を守るため</p>
--	---

## 公共交通機関について

<p><b>まちづくり福井(株)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・えちぜん鉄道利用者徐々に増加(主に高校生)</li> <li>・電車やバスの乗り継ぎ不便 →カード導入検討</li> <li>・すまいるバスの運行</li> </ul>	<p><b>三国會所</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・公共交通機関としては電車が主</li> <li>・三国内の駅(東舞岡)などで乗り捨て可能なレンタサイクル</li> <li>・(三国會所さんとしては)バス運行していない</li> </ul>
---	--


## 空き店舗・空き家問題

・まちづくり福井  
リノベーションまちづくり

まちの中の使われていない建物や空き地の新しい使い方をみんなで考えて、みんなで楽しく使って、まちを元気にする、民間主導による公民連携のまちづくり手法。

(例)

- ・新しいテナント(個室や公務物件)
- ・コインパーキング
- ・まちなかサポ-トセンター「ふく+」



・三国會所

### 三国湊町家活用プロジェクト

福井県坂井市三国町にある町家などの空き家を保存・改修し、活用するまちづくりプロジェクト。空き家を店舗などに再生し、にぎわいをつくることで、三国湊の文化や三国湊そのものを未来へとつなげていく。

(例)

- ・新しいテナント（個人や立派物件）
- ・ゲストハウス
- ・祭り時の集合場
- ・文字資料館



### それぞれのプロジェクトの難しさは…？

まちづくり福井（株）

- ・テナント所有者と出店者それぞれが希望する店舗の種類が異なる場合がある。

三国會所

- ・古民家の内装のみを補修しているため台風などの自然災害に弱い。
- ・空き家自体はたくさんあるが、改修に費用がかかるため貸せる状態の空き家は少ない。

### 市民・企業との関わり

#### ・まちづくり福井

- ・市民の声を取り入れる努力をしている（駅前利用者アンケートなど）

↑ ↓

できるだけ市民の意見を反映したまちづくりを目指しているが、企業側とのやり取りも高いため難航している。

・企業側への交渉は難しい。

### ・三国會所

- ・団体が主に市民ボランティアの方々によって成り立っているため市民の意見を取り入れやすい。

↑ ↓

国から補助金が出ることは無く、資金不足のため実行することが難しい。

- ・新たにプロジェクトを始めるときはプロの人を呼んだり、ワークショップを開いたりして意見交換を行っている。
- ・市民の方々の中にはまちづくりに反対する人もいる。

### それぞれの課題

駅前	三国
・施設数が多く、若者向けでない	・飲食・飲食
・借り手と貸し手の条件が噛み合わない	・空き家
・少しでも利益を得たいのでつくる	・駐車場
	・改修工事のための資金面で不安がある
	・景観が損なわれるので設置しない
	・遊び場が少ない

### 今後の理想像

福井駅前	三国湊
他のどの市町村とも異なる 誰もが自己実現できる場となる	町全体が文字館となることで 古きよき文化を残していく
空き店舗見学ツアー ハピリンイベント etc.	三国湊町家活用プロジェクト etc.

### ヒアリングを通して

#### 福井駅周辺

#### 北陸新幹線と福井国体に向けて…

- ・観光客が増える可能性が高くなる
- 建物が気軽に立ち充れる店舗・施設が必要
- ・外国人観光客の増加
- 多言語に対応できるようにする
- ・情報発信の不足
- SNSなどを通して情報収集




### 三国駅周辺

#### 観光客をもっと増やすために…

- ・東海坊間と連携した活動を行う  
(三国駅周辺と東海坊間周辺のマップ、共通で使えるポイントカードや割引券)
- ・駅前を立て看板や標識などを置く
- ・景観を増さないような駐車場  
(地下駐車場や自然の色を活かさないなど)
- ・情報の発信を強化する



ご清聴ありがとうございました。



### (ヒアリングを通してわかったこと・考えさせられたこと)

今回課題探求プロジェクト基礎 A において、あるテーマをもとに 2 つの団体にヒアリングを行った。私たち J 班は「まちなかの賑わいづくりの取り組みについて調べる」というテーマのもと、まちづくり福井(株)さんと三国会所さんの 2 箇所にヒアリングを行った。このテーマは前期に履修した大学入門セミナーで扱ったものと似ており、その延長ともいえるようであった。そんな中で私たちはヒアリングを通して、まちづくりを行う団体さんの拠点づくりや空き店舗・空き家問題、賑わいイベントの企画準備・運営管理のノウハウ等の現状と課題について、実際に事業を進めている立場の認識を調べた。

まずヒアリングを行う前に用意された資料を読んだ上で、私たちが考えるまちづくりの現状や課題などについて考えた。まず福井駅前の現状としては、大学入門セミナーで調べたことから、シャッターが閉まったままや閉店してしまった店舗が多いということやまだ再開発の途中段階であるなどという意見がでた。また資料から、駅前に空白地帯が多い理由などがわかった。空白地帯に関しては、築 40~50 年以上の建物が駅前には多く新しくしたいが客が来ず、店を潰して駐車場にしたけれどそれ以外には何も建物が無いということで空白地帯が増えてしまったという。またハピリンのイベントが賑わいづくりのひとつとなっているのではと考えた。

課題については先生の話から、タワーマンションなどを福井駅前に建ててもあまり上手くいっておらず、若い人に住んでほしいと考えているが実際には家賃などの問題で、郊外の少し安いところに住んでいる若者が多いという現状や、エルパなどの交通の便が良い商業施設があることなどから「郊外化」が進んでいるということに意見がまとまった。

次に三国駅前について考えたが、班のメンバーほとんどが三国を訪れたことがなく資料からの情報のみで現状と課題について考えた。そして、人が住んでいない良い建物をどのように生かすかという空き家問題について、まちづくりにおける住民の意識をどう高めていくのかなどの現状と課題で話がまとまった。

2 つの団体に実際にヒアリングを行った。まず、まちづくり福井(株)社長である岩崎さんにヒアリングを行った。事前にヒアリング項目として、まちなかの賑わいづくり

について、空き店舗問題について、駅前の交通手段や駐車場について、娯楽施設について、商業施設の現状について、今後の展望についてなどを用意していた。

まず駐車場問題について伺った。土地の所有者が空き地をただ所有しているだけでは土地代の支払いだけで利益がマイナスになってしまうため、少しでも利益を得ようとしており、いざ建物をつくろうとしたときに取り壊しが容易であるコインパーキングを作る傾向にあるといった理由で、現状としてはコインパーキングが増加しているということであった。また、駅前であることから車を持つ人が減っており、月額駐車場を利用する人や車を使わずに出勤する人が増加しているらしく、そういった人々がコインパーキングを利用するとのことである。さらに、駐車場が少ないという市民の声があがっているが、その理由としては休日に西武などとの提携駐車場に車が集中していることが主な原因であるとのことであった。

次に公共交通機関について伺った。現状としてえちぜん鉄道の利用者は増加しており、交通弱者にとって駅前は公共交通機関が集まっていることで便利という印象が持たれているとのことだった。しかしながら、多種の会社が運営する交通機関が集まっているため乗り継ぎが不便であることが課題として挙げられるが、ICカードのような機能をつけることは現状厳しい。まちづくり福井さんとしては一律100円で利用できる「すまいるバス」を市などの支援を受けながら運営している。

続いて娯楽施設について伺った。市民への意見調査などからショッピングモールやゲームセンターなどの娯楽施設や、ネットであらゆるものが手に入る現代社会の中であるからこそ体験型施設や飲食店を増やすことが、駅前に人を呼び込むために必要だと感じているとのことであった。しかしながら実現させるには様々な課題が生じているようだ。例えば土地が足りず大きな商業施設や娯楽施設が作れないこと、客単価が低いことで売り上げが見込めないため人気チェーン店などに店舗してもらえないこと。こういった課題を抱えながらも若者も時間を潰せるようなまちづくりを目指している。また、飲食店については学生が利用するような店舗は客単価が低く経営を続けることが難しく、居酒屋が増加している傾向にあるらしい。しかしまちづくり福井さんとしては、学生やファミリー向けの飲食店が必要だと考えている。次に、空き店舗問題について伺った。

まちづくり福井さんが行っているのが「リノベーションまちづくり」というプロジェクトで、既存の遊休不動産を違った用途で再生することで人が集まりエリアが変化することを目指した活動である。このプロジェクトは自己実現できる場として推進され、現

在までにいくつもの店舗が出店している。しかし課題は存在しており、テナント所有者と出店者の希望する店舗の種類が異なり出店に至らない場合があるという。また、まちづくり福井さんはリノベーションスクールや空き店舗ツアーを行いプロジェクトの促進を図っている。

さらに、AOSSA やハピリンなどの商業施設についても伺ったところ公共と民間が共同で運営を行っていることや、売り上げが伸びず店舗の入れ替えが激しいことなどが理由でコンセプトが不明瞭になってしまったという。そして今後は福井らしいまちづくりを目指すとのことであった。商業施設を増やしたところで他県と肩を並べただけになってしまうため、他のどことも異なる自己実現できる場となることを目指すという。

続いて三国会所の中田さんにヒアリングを行った。まちづくり福井さん同様事前にヒアリング項目を用意した。地域の変化について、空き家について、交通機関について、娯楽施設について、今後の展望について、以上のテーマをもとにヒアリングを行った。

まず三国という地域について伺った。三国は湊町として栄え北前船などが有名であり、鉄道は通らず近代的な発展がなかったため昔ながらの街並みが残っていることが魅力である。さらに、三好達治などの詩人が三国で多くの詩を残し、歴史も深いことなどから文学の町といえる。また、祭りがさかんで5月には三国祭、夏には帯のまち流しなどが行われている。

続いて、空き家プロジェクトについて伺った。福井大学生の研究のひとつで空き家を調査したことがあり、その際に数百軒の空き家が存在することがわかり、どうにか利用することができないかということでこのプロジェクトを始めたという。プロジェクトの名称は「三国湊町家活用プロジェクト」であり3年前から開始した。町家などの空き家を建物の風情を生かした改修を行い、テナントを貸し出すことによって街中に住む人や活動する人を増やしていき、三国祭や三国湊そのものを未来につないでいくことを目標とした活動である。過去3年で6～7軒の再生を行い、金物店をアメリカ雑貨店に再生した空き家や、古民家再生で有名なアレックス・カー氏が改装を手がけ、きたまえ通りに面したかぐら建ての町家が現在「三国詰所」というゲストハウスとして利用されている。三国会所さんは県からの予算で運営している一種のボランティア団体のようなものであり、このプロジェクトに利用するための古民家の補修には結構な費用がかかるため、貸し出せる状態の空き家は少ないというのが現状である。また、古民家の補修は内装のみであるため台風などの自然災害に弱いというプロジェクトの難しさがあるという。

次に、交通機関について伺った。三国は車通りが多いにも関わらず、駐車場が少ないように感じられた。その理由としては歴史的景観を生かしたまちづくりを行っているため、なかなか駐車場を作ることができない理由であると考えられる。また、公共交通機関はえちぜん鉄道が主に使われている。三国会所さんはバスなどといった交通機関は運営しておらず、三国町内の駅や東尋坊などの観光地で乗り捨てが可能なレンタサイクルの運営を行っている。

さらに、娯楽施設についても伺った。三国駅前には娯楽施設といえるものはほとんどなく、あるのは三味線や盆栽、提灯づくりといった体験型のものばかりであった。また今後は三国の歴史や文化について学べる学習施設や体験型施設を増やしたいとのことであった。飲食店については、三国の海鮮を生かした飲食店は東尋坊周辺に集中してしまい駅前にないという問題を抱えている。そして三国会所さんが掲げる今後の理想像としては、町全体が文学館となり古き良き文化を未来に残していくことであった。

これら二か所のヒアリングの中で、いくつかの相違点や共通点がみられた。まず、福井駅前に関してまちづくり福井（株）さんが関与している範囲は福井駅前周辺市街地でとても広がったが、三国会所さんがまちづくりを主に行っているのは三国駅前のほんの一部であり活動規模の違いが見られた。また、福井駅前は再開発ということもありハピリンのような近代的なものに変わっているように思えたが、三国は歴史や昔ながらということを重要視して保存に力を入れているように感じた。

そして、共通していると思われたのがそれぞれの地域らしさを持ち、生かしたまちづくりである。福井駅前は来訪者を増やすために商業施設を増やすのに加えて、古くからの店舗を残したり、リノベーションまちづくりなどで個店も増やしたりすることで、他県とは違った福井らしさを生かしたまちづくりを目指している。同様に、三国駅前は町民からの厳しい意見や運営の難しさがあるとしても、三国の歴史や文化を未来に残していくためにその景観や特色などを生かしたまちづくりを目指し行っている。また、できるだけ市民の意見を取り入れようとしていることも共通していると思った。

今回のヒアリングを通して、まちづくりの難しさというものを強く感じた。私はよく福井駅前を訪れる上、三国に住んでいるため今回のヒアリング先が行っている活動の現状具合をよく知っているつもりであった。しかし、私が考えていたよりももっと多くの活動を行っており、私たちが何気なく過ごしている中で、より良く、楽しめる環境をつくろうとしているのが今回のヒアリング先なのだと思う。

また三国について客観的にみると、歴史や文化を重んじた三国ならではのまちづくりで観光客も実際に増えているため良いと思うが、実際に生活する者としてはいくつか不便な点は見受けられる。これもまちづくりを行う上での難しさのひとつだと感じた。

そしてやはり、福井駅前是他県に比べて、三国駅前是他市町に比べて、まだまだ発展が必要なのではないかと感じた。他の地域を意識することでその良いところのある部分では取り入れ、ある部分では今まで通り自分たちのこだわりを持って地域性を残していくということがこれから必要なのだと思う。

正直まちづくりというと観光客を呼び込むことが第一の目的なのではと思っていたが、今回のヒアリングから市民の生活をより良くすることを中心にまちづくりは行われているように感じられた。私たち自身が住む地域だからこそ、これからは少しでもできることを探して、自分たちが住むまちをより良くできる一員となれればと思う。



### （他班の報告を聞いてわかったこと・考えさせられたこと）

今回の課題探求プロジェクトAで私たちの班は「まちなかの賑わいについて調べる」というテーマのもとヒアリングを行ったが、他班では地域の伝統食品産業や地域マスメディアの戦略、女性活躍推進の取り組みなど、様々なテーマのもと多くの企業や自治体にヒアリングを行った所もあった。その中から関心を持った三班について述べたい。

まずひとつめが**B班**の「企業・自治体の人材育成について調べる」というテーマのもと行った福井県庁と福井鋳螺でのヒアリング報告である。まず福井鋳螺と福井県庁は企業と自治体である点で大きく異なっており、採用する上で求める人材やその人材育成も変わってくるのだらうと思っていた。

しかし実際に**B班**のヒアリング報告を聞いて、その考えは異なっているということに気づいた。例えば、試験内容は異なるが採用で見るポイントは共通しており、求める人物像で協調性があり人と信頼関係を築けることや積極性を重視していることなどは共通していた。また教育については多くの点で共通していたようだ。自主研修、強制研修、資格支援といったおおまかに三種に分けられた教育はどちらも共通して行っている。福井鋳螺では職員が講師として行う研修を月に10件ほど開いていたり、福井県庁では新入職員1年の間トレーナーとして先輩職員がついたりそれぞれ工夫して教育が行われていると感じた。また、福井鋳螺では主に金属の性質についての教育、福井県庁では法律や説明能力アップやプレゼン講座などにも力を入れているようだ。これら二つの企業と自治体は評価・昇進においても違いと共通点があるようだ。福井鋳螺も福井県庁も年功序列での昇進となるが、前者はそれに加えて実力主義でもあるとのことだった。

以上のことからこの二つは企業と自治体といった大きな違いを持ちながらも、共通点が多かった。それには民間と行政の差が減ってきていることが主な要因と考えられるという。たしかに最近、公務員も従来とは変わってきているといったことをよく聞く。今回の報告を通してその意味が少し理解できた気がする。

続いて、**C班**の「女性活躍推進の取り組み」についてのヒアリング報告に関心を抱いた。現代社会で、特に福井県で女性の就業率はとても高い。私も将来は結婚し、子供を産んでからも仕事はできるだけ続けたいと現段階では考えている。その上で今回の**C班**の報告を聞いて、女性が働くための環境はいい方向に変わってきているのかもしれない

いと思った。

例えば、損保ジャパン日本興亜では全社員の働き方改革を行ったり、女性の活躍を支えるための研修や経営塾があったりと、様々な女性のための取り組みが行われていることがわかった。労働局でも女性のための取り組みは行われていたが、民間に比べればまだまだといった印象であった。福井が抱える課題として女性の就業率の高さに対する管理職の低さがあったが、これらの課題は損保ジャパン日本興亜のように女性のキャリアアップのためのプログラムを増やすことがひとつの解決策になりうるということだった。これから私たちが社会に出るようになった頃には女性の活躍がより推進され、よりよい環境で働けるようになればと思った。

最後に、**H班**の「伝統食品産業の販売戦略」について行ったヒアリングの報告である。今回ヒアリング先となっていたのは、味噌を中心とした商売を営む(株)米五と醤油を主に扱う(株)室次であった。売れ行きの変化として、それぞれ昔は目玉となる商品が主に売れていたが最近ではそれらを使った製品や少し変わった使い方で着々と伸ばしているという。

また伝統食品産業というフィールドで生き残っていくための販売戦略として、流通において(株)米五は問屋に完全委託していたのを、ネット販売や直売を始めたことが挙げられる。また一方、完全直売で続けてきた(株)室次さんもデパートや道の駅にも商品を置くことで市場拡大を図っているようだった。さらに各店それぞれ海外への進出も視野に入れていることや、実際になにをしているのか報告を通してわかった。**H班**の班員が考えた通り、現在まで長い間続けられているのは、大量生産が風潮にあった時でも手を出さずに、お客さんを地道に増やしつづけたことがその秘訣なのだった。現在は大量生産の時代ではあるが衰えつつあり、客のニーズに応える時代へと変わってきているという。そういった中でこれから伝統食品産業に関連した店舗がどのように変わっていくのか興味を抱いた。

以上、他班のヒアリング報告を聞いて中でも興味・関心を抱いた三班についてである。それぞれの班が違ったテーマで様々なヒアリング先へ伺ったが、これら以外の企業でもこういったテーマにあてはまる企業や団体はたくさん存在している。また別の場所を訪れヒアリングを行ったら、そこから得られるものやたどりつく結果などは大きく変わり、私たちの考えや理解もまたより深まるのではないかと思った。

(以上、松浦桃子のレポート)

K 班	17150027	市村 結依	イチムラ ユイ
	17150051	内田 くるみ	ウチダ クルミ
	17150141	柿谷 香里	カキタニ カオリ
	17150230	小泉 春樹	コイズミ ハルキ
	17150591	吉岡 大樹	ヨシオカ タイキ
<p>「過疎地区の実態と地域づくりの取組みについて調べる」</p> <p>人口流出、住民の高齢化が進行する過疎地区の実態と、そこで試みられている地域づくりの取組みについて、行政の施策と現場の状況を調べます。</p>			
10/20 13 時	<p>福井市まち未来創造室</p> <p>〒910-8511 福井市大手 3 丁目 10-1 市役所本館 3 階 0776-20-5230</p> <p>高橋昌裕 氏</p>		
11/10 13 時	<p>地域おこし協力隊(殿下地区)</p> <p>〒910-3517 福井市畠中町 28-24-1(かじかの里殿下)080-5566-7692</p> <p>高橋 要 氏</p>		
事前準備資料	<ul style="list-style-type: none"> <li>・小田切徳美ほか『田園回帰がひらく未来-農山村再生の最前線』2016</li> <li>・関司直也『地域サポート人材による農山村再生』2014</li> <li>・池上甲一「限界集落問題とは」2013</li> <li>・「地域おこし協力隊推進要綱」</li> <li>・『平成27年度地域おこし協力隊ビジネススタートアップモデル事業調査報告書』</li> <li>・福井の協力隊・集落支援員関連新聞記事</li> </ul>		
教員	田中・伊藤		

## 事前学習レポート

私たちK班は、「過疎地区の実態と地域づくりの取り組みについて調べる」というテーマの下、人口流出、住民の高齢化が進行する過疎地区の実態と、そこで試みられている地域づくりの取り組みについて、行政の施策と現場の状況を調べることになった。

事前資料や、班での話し合いの中で、過疎地区を活性化させるための取り組みとして、地域おこし協力隊という制度があるということがわかった。これは、都市地域から過疎地域等の条件不利地域に住民票を移動し、生活の拠点を移した者を、地域公共団体が「地域おこし協力隊員」として委嘱するという制度のことである。隊員に、一定期間、地域に居住して、地域ブランドや地場製品の開発・販売・PRなどの地域おこしの支援や、農林水産業への従事、住民の生活支援などの「地域協力活動」を行ってもらうことで、隊員がその地域に定住・定着することを図る取り組みである。

私は、この地域おこし協力隊の定義を読んだ時、このような企画に興味を持つ若者は少ないだろうと思っていたが、驚いたことに、この取組に対して、実際には多くの若者が興味を持ち、地方自治体の求める地域おこし協力隊の数に対して、隊員志願者数は確実に増加傾向にあるということが資料から読み取れた。さらに、任期終了後も隊員の約6割は同じ地域に定住しているという結果から、この取組は今現在とても良い傾向にあることが分かる。

このように、地域おこし協力隊の隊員数が増加している理由としては、地域おこし協力隊員になることで自身の才能・能力を活かした活動ができ、理想とする暮らしや生きがいを発見できるといったメリットがあることが挙げられていた。総務省が地域おこし協力隊員に対する支援をしっかりと行っていることもその理由の一つであろう。また、この企画は、隊員本人にメリットがあるだけでなく、地域おこし協力隊が活動する地域や地方公共団体にも多数のメリットがある。まず、地域にとってのメリットとしては、他所から来た若者がやってくることによって、斬新な視点を持てるようになることや、協力隊員の熱意と行動力が地域に大きな刺激を与えるということなどが挙げられる。さらに、地方公共団体にとってのメリットとしては、行政ではできなかった柔軟な地域おこし策を見出だせることや、住民が増えることによる地域活性化が期待できることなどが挙げられる。

また、話し合いの中で限界集落というワードも議題に挙がった。限界集落とは、過疎・高齢化が進むことによって、「むら」という基本的な地域社会、つまり集落が維持できなくなってしまったもののことである。限界集落化すると、山林の管理ができなくなり、山・里・海の有機的結合が断ち切れ、各種の災害や経済的なマイナスにつながっていくということがわかった。このような地域にこそ、先程の地域おこし協力隊の活躍が必要であるため、限界集落と地域おこし協力隊についてしっかり理解していくことは、私たちの班が課題を探求していく上で重要なことの一つになると思われる。

ヒアリングで私たちがお話をお聞きする地域おこし協力隊員の高橋要さんと、福井市まち未来創造室について、個人的にインターネットを使って調べてみた。調べていく中で高橋要さんについてのホームページをいくつか見つけた。そこには、高橋要さんが新潟の過疎地域で1年間地域活性化のための活動を行った後に、福井の殿下地区にやってくる、地域おこし協力隊に応募したということが書かれていた。高橋要さんが過疎地域の復興についての経験が豊富であるということが分かり、ヒアリングに訪れるのがとても楽しみになった。

また、もう一つの訪問先である福井市役所の福井市まち未来創造室についても調べてみたところ、福井市過疎地域自立促進計画というものを作ったり、「ふるさと納税」というものを適用することで、未来に向けた地域づくりのために積極的な取り組みを行っている方々がいらっしゃるということがわかった。このように、地域の現状に真剣に向き合い、様々な対策を日々懸命に模索していらっしゃる方々のお話をお聞きすることができるというのは、とても貴重な経験であると思う。ぜひ、この機会を有効に使い、班の課題探求を中身の濃いものにしていきたい。

私がヒアリングで福井市まち未来創造室に訪れた際に聞きたいことは、一つの市で募集する地域おこし協力隊の人数が数人である地域がある理由と、募集人数の決め方である。地域おこし協力隊に興味を持つ若者が多いというデータがあるため、もっと沢山募集をかけてもよいのではないかと疑問に思ったため、ぜひ聞いてみたい。また、私が地域おこし協力隊員の高橋要さんに聞きたいことは、高橋さんが考える過疎地域を活性化する有効な方法である。日々、どのような活動を行って地域活性化のために取り組んでいるのか細かいところまでお聞きしたい。

共通で聞きたいことは、過疎地域を活性化する際のゴールはどこなのかということである。私は正直言って、過疎地域は活性化する必要性があるということは分かるが、結

局のような状態になったら過疎地域でなくなるのか、その境界線がどこなのかがはっきり分からない。この疑問は疑問のままにしておくこれから探求していく上でいつまでも付きまってくるような気がする。今現在抱いている疑問は是非、ヒアリング調査ではっきりさせたいところである。



### 目次

1. K班のテーマ
2. 福井市の過疎の現状
3. 地域おこし協力隊とは？
4. ヒアリング先の概要説明①
5. // ②
6. 地域おこし協力隊導入の効果
7. 比較①：地域おこし協力隊を派遣する・される側[市役所と協力隊]
8. // ②：国見地区と殿下地区
9. 考察の焦点
10. 個人の考え

### K班のテーマ

過疎地区の実態と地域づくりの取り組みについて調べる

- ・人口流出や少子高齢化に伴う過疎化の進行とその実態
- ・地域づくりとして実際に行われている活動とその目標

### 福井市の過疎の現状

- ・人口：265,771人(男：128,300人 女：137,471人)
- ・高齢化率：27.71%(男：31.729% 女：41.913%)
- ・過疎地区に認定されている地区：美山地区・越野地区



### 地域おこし協力隊とは？

- ・過疎化の進行が著しい地方において、地域外の人材を積極的に受け入れ、地域協力活動を行ってもらい、その定住・定着を図ることで、意欲ある都市住民のニーズに応えながら、地域力の維持・強化を図っていくことを目的とした制度。(Wikipediaより)
- ・活動期間はおよそ1年以上3年未満
- ・隊員のほとんどが20代

### ヒアリング先の概要説明①

- ・福井市まち未来創造室
  - 地域の活性化のための様々な事業(ex.ふるさと納税等)を行っている
  - 地域おこし協力隊の派遣とサポートをしている
- ・岩本晃弘さん
  - 現在、国見地区で地域おこし協力隊として活動している
  - 隊員として派遣されてから約半年が経つ



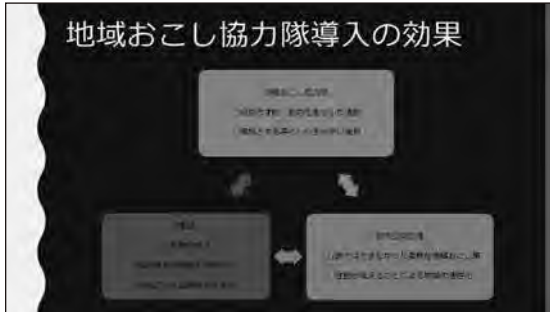
### ヒアリング先の概要説明②

- ・殿下地区最中町(福井市南西に位置する地区)
  - 福井市の中で高齢者の割合が最も高い(50.45%)
  - 深刻な過疎化に悩まされている地区
  - 地域おこし協力隊の一人である高橋愛さんが派遣されている

殿下地区の人口の推移と高齢化率

年	人口	高齢化率
2000	1,000	25%
2001	980	26%
2002	960	27%
2003	940	28%
2004	920	29%
2005	900	30%
2006	880	31%
2007	860	32%
2008	840	33%
2009	820	34%
2010	800	35%
2011	780	36%
2012	760	37%
2013	740	38%
2014	720	39%
2015	700	40%
2016	680	41%
2017	660	42%





### 比較①：地域おこし協力隊を派遣する・される側「市役所と協力隊」

<b>共通点</b>	<b>相違点</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>・地区の自立</li> <li>・活性化を 持続可能な形でつくりたい</li> <li>・ノーミッション型</li> <li>派遣する側：頼れる</li> <li>派遣される側：責任感を持つ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・地域おこし協力隊の数</li> <li>市役所：少ない方がいい</li> <li>殿下地区：多い方がいい</li> <li>派遣する側・される側の垣根</li> </ul>

### 比較②：国見地区と殿下地区

<b>共通点</b>	<b>相違点</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>・住民の自立</li> <li>・住民に活動を促す（now&amp;then）</li> <li>・長期的な成果</li> <li>・各土地・地区にあるものを使う</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・地理的な違い</li> <li>・具体的な活動の仕方</li> <li>・地域おこし協力隊に入ると言ったきっかけ</li> </ul>

### 考察の焦点

地区の自立

- ### 個人の考え
- ・引継ぎ【市村】
  - ・繋がることの大切さ【小泉】
  - ・一緒に活動する【柿谷】
  - ・現場の声を大切にする【内田】
  - ・協力隊の数を増やす【吉岡】



### （ヒアリングを通してわかったこと・考えさせられたこと）

私たちの K 班は、過疎地区の実態と地域づくりの取り組みについて調べるといふ班テーマのもと、実際に地域づくりに携わっていらっしゃる方々にお話をお聞きした。私は地域づくりについて興味があり、将来的にも地域を支えるような仕事に就きたいと考えている。そのため今回の授業は、先に挙げたテーマをもとに同じ班のメンバーと過疎地区について様々な点から考察することができ私にとってとても有意義なものだった。

まず最初に、私たちの班は過疎地区の地域づくりのための活動の一つである地域おこし協力隊制度において、協力隊を派遣している福井市役所のまち未来創造室に訪れた。

地域おこし協力隊とは、過疎地区にほかの地区からの人材を受け入れ地域協力活動を行ってもらおうという制度であり、その目的は、ほかの地区から来た協力隊員の過疎地区への定住を促し、また、その地区の地域おこし活動を支援することで過疎地区を維持・強化していくことである。福井市役所では幸い、地域おこし協力隊を派遣するまち未来創造室の方々だけでなく、実際に福井市の国見地区において地域おこし協力隊として日々懸命に地域おこしに取り組んでいる岩本晃弘さんにもお話をお聞きすることができた。地域おこし協力隊を派遣する側のまち未来創造室の方からのお話では、地域おこし協力隊の制度についてだけではなく、過疎地区について様々なお話をお聞きすることができ、過疎地区についての理解を深めることができた。

次に述べるのが、私たちの班が福井市まち未来創造室におけるヒアリング調査で分かったことである。

福井市で過疎地域と認定されている地区は美山地区と越廼地区のみであるが、ほかの地域でも過疎化が深刻化している。過疎地域になる原因として、若者が高度経済成長期に都会へ出て行ってしまったこと、山間部は鉄道がないために過ごしやすい場所に移住する人々が多くいることなどがある。過疎地区と判断する基準は非常に曖昧であるが、しいて言うなら人口減少率や財政比率などである。地域おこし協力隊の制度においての福井市まち未来創造室さんの仕事は、地域おこし協力隊を派遣することが主であり、地域おこし協力隊隊員とコミュニケーションをとりアドバイスも行っている。

地域おこし協力隊を派遣する側として求めている人材は、地域住民と協調できる人である。地域おこしをする上では、地域住民との関わりが重要である。また、過疎地区の

ような田舎に住んでいる方々は閉鎖的な人が多いため、元気・やる気・愛嬌を備えており、閉鎖的な方々ともコミュニケーションをとれるような人材を求めている。

さらに、地域おこしをする上で必要な斬新なアイデアを豊富に持っており、別の視点から地域を見つめることができ、また労働力のある若者も求められる。地域おこし協力隊の数については、過疎地域に認定されていない地域での地域おこしには予算が下りないため、金銭的な面から、ほとんどの地区の地域おこし協力隊員数は少数であるという。

この福井市まち未来創造室では、地域おこし協力隊を派遣する他にも、地域おこしに関わるさまざまな活動を行っている。その活動としては、具体的には各地区のコミュニティで開催するイベントのサポートや福井市版ふるさと納税の寄付の呼びかけ、東京での福井市応援隊の活動 PR などである。これらの活動の目標は、地域の人たちに自分たちが住んでいる場所への誇りを持ってもらうこと、また、地区が維持できるようになるために各コミュニティのスキルアップをすることである。

次に、国見地区の地域おこし協力隊員の岩本さんの話から分かったことをまとめる。岩本さんは、隊員として国見地区に派遣されてから約半年が経つ。彼の国見地区での活動は、農地の維持・環境整備事業、SNS を使った情報配信、地区行事の運営・参加、若者との連携事業といったものである。彼の活動は主に、外から国見地区に人を呼び込もうとする目的を持ったものである。岩本さんは海に近い田舎でありながら、少し行けば町がある場所が好きなお方で、国見地区での地域おこし協力隊募集に参加した理由はインターネットで調べていて国見地区を見つけ、立地的に彼自身にぴったりの場所だと思ったからであった。

以上が私たちの班が一つ目のヒアリング先でお聞きすることができたことである。

私たちの班の二つ目のヒアリング先は、殿下地区の畠中町であった。ここでは、岩本さんと同じく地域おこし協力隊隊員として活動している高橋要さんのお話をお聞きすることができた。高橋要さんのお話をお聞きすることで、私たちは市役所でお話をお聞きした福井市まち未来創造室の方の話や、国見地区の岩本さんとの話と比較し、私たちの班の探求課題についてより深く理解することができた。高橋要さんのお話から分かったことを次にまとめる。

高橋要さんは、山形県出身のお方で、新潟の大学に通うために山形から新潟に引っ越した。新潟において、高橋さんは中越地震で被害を受けた村に一年住んだ経験があり、その経験がきっかけで地域おこしに興味を持つようになった。その後、就職の関係で京

都に引っ越したが、地域おこしをしたいという気持ちを諦められず、知人に紹介してもらった殿下地区で地域おこし協力隊として、活動することを心に決めた。

殿下地区では少子高齢化が深刻化している。殿下地区では人口の50%が65歳以上の高齢者であり、平均年齢は70歳である。子供の数はとても少なく、18歳以下の子供の数は2,30人程である。高橋要さんは、このような過疎化の進む地域で地域おこし協力隊員として様々な活動を行っていらっしゃる。高橋さんはすべての活動を地域の人と相談して行うことで、地域の人と共に地域おこしをしていこうと努めている。具体的な活動としては、福井駅前で行ったり、Facebookで殿下地区の紹介をしたり、芋ほりなどのイベントを行うなどである。

高橋さんは、殿下地区で活動する中で心の中に決めているキーワードがある。それは、外発的発展ではなく、内発的発展を促すことである。高橋さんは、国見地区の岩本さんのように外から人を呼ぶことで地域づくりをしようとせず、殿下地区内だけで協力して地域づくりを行っていこうと考えている。外からの刺激を与えることで殿下地区をよりよくしていこうとするのではなく、殿下地区の人々が自ら殿下をこのようにしていこうという気持ちを持つようになることを高橋さんは望んでいらっしゃる。

高橋さんがこの活動を行う中で苦労した活動は、いろんな人の生活にかかわるということである。人それぞれ異なった生活をしているために、何か地域おこしに関わる活動を提案しても快くオーケーしてくれないパターンがある。そのような場合に気を使うことに苦労していらっしゃるという。また、地域おこしのための補助金のやり取りもまた苦労の一つである。それは、補助金の予算がとても早い時期に決まることである。11月ごろに次の年の補助金はどのくらい必要かと尋ねられても困ってしまうという。

高橋さんが殿下地区で活動を始めてからの変化についても尋ねたところ、殿下地区の人々が自分からいろいろと殿下地区のための活動を行うようになってきたという変化があったという。高橋さん自身の変化としては、いろいろな仕事を行うことでスキルアップが見られたこと、トークゲストとしてテレビに呼ばれるようになったことなどであった。また、高橋さんの心の変化としては、聞き役ばかりに徹していた初めの時期から一変し、積極的に自我を出さなければいけないと思うようになったことである。

また、地域おこし協力隊として活動してきた中で生じた、市役所側への高橋さんの持つ要望も教えていただいた。それは、地域おこし協力隊員の配置の仕方についての見直しである。高橋さんが今現在のように一つの地区に一人だけを派遣よりも、2,3人派遣

するほうが地域おこしが成功すると考えているからである。高橋さんの最終的な目標としては、殿下の中での発展と住民たちの自立である。その目標達成のための手段としては、殿下地区への移住者を増やすこと、住民たちに自分たちで何でもできること、いろんな人となつなぐることが大切だということ、やり方次第でいろいろな活動ができるということを知ってもらうことが大事だとしている。

以上が、私たちの班がヒアリングで学んだことである。次に私自身がヒアリングを通して気づいたことについて述べる。

私は、この過疎地区の地域づくりにかかわる人々に対するヒアリング調査を経て、地域づくりにかかわる人々の地域づくりに対する熱い熱意を感じ取った。地域おこし協力隊を派遣する側の人も派遣される側の人々も、考え方に多少の違いが見られたとしても、ヒアリングで過疎地区や地域づくりについて私たちが質問をすると、とても真剣なまなざしで詳しいことまで教えてくださった。私は、そのまなざしからヒアリングに協力してくださった方々がどれだけの熱意をもって地域づくりにかかわっているかをよく理解できた。

また、ヒアリング調査をしていく中で、地域間のつながりや、市役所と地域おこし協力隊のつながりなど、さまざまなつながりに触れることができた。このようなつながりに触れることで私は、地域づくりをする上で、人と人とのつながりが不可欠であると考えた。地域おこし協力隊の人は、それぞれの地域に住む人々とよく話し合っ、活動を行うことが求められる。また、地域おこし協力隊の人同士のつながりも大切である。例えば、殿下地区、越廼地区、国見地区は3つの地区で協力して活動している。さらに、地域おこし協力隊の岩本さんは、市役所の方々から地域づくりに関する様々なアドバイスをいただいているという。このように人と人とのつながりを持つことが、地域を作っていく上では大切なことであるのだと思った。

つながることに加えて、お互いの意見を尊重することも地域づくりの上では重要だと考えた。例えば、地域おこし協力隊の人のつくりたい将来の地域の姿が、その地域に住む人々と異なる場合、地域おこし協力隊の人が自分の作りたいように地域づくりを行ったら、その活動が円滑に進むことは難しいと思われる。地域づくりをする際には、必ず現地の人々一人一人の声を聞くことが大切であると思う。

地域おこし協力隊を派遣する人数について、派遣する側の市役所と地域おこし協力隊の人々の間で考え方の違いが見られた。既存の制度についても、現地で実際に活動を行っ

ている人の考えを定期的に聞いて、制度を再度見直していくことでよりよい制度を作ることができると思う。それぞれの地区において行っている地域づくりの活動内容が異なることはとても興味深いと思った。今回調査した、殿下地区と国見地区では、活動内容が大きく異なっていた。殿下地区は内向型、国見地区は外向型の地域づくりを行っているといった具合である。それぞれの地域で、それぞれの地域のニーズに合った活動を行うことは、またとても重要なことであると思った。今回は、二つの地域での地域づくりの活動についてしか調べる機会がなかったが、今後ぜひほかの地域でどのような地域づくり活動を行っているのかという点についても、調べてみたい。

最近、ニュースを見ていたら、フランス在住のご夫婦が私たちがヒアリング調査に訪れた殿下地区で空き家を改装してインバウンド向けの民泊施設を開こうと、移住を計画し殿下地区の人々と準備を進めているということを知ってとても興味深く感じた。このご夫婦は、たまたま殿下地区の近くを旅しており、雨宿りが縁で、殿下地区の住民らの人情や地域おこしへの気概に触れたことで、外国人を呼び込み、一役買いたいと殿下地区に新しい風を吹かせる構想を膨らませているという。

このように外からたまたまやってきた人々が魅力を感じて一役買いたいと思うほどに殿下地区には大きな魅力があるのだということを改めて感じた。また、今後このご夫婦の活動によって、殿下地区がどのように変化していくのかがまたとても興味深いことである。このご夫婦のように、殿下地区に移住し、さらに地域づくりを手助けしようとする人が増えることを、地域おこし協力隊の高橋要さんは強く望んでいた。そのため、このご夫婦の活動は、少なからず高橋要さんに影響を与えているのではないかと思う。私は、次に高橋要さんにお会いする機会があったら、ぜひその点についてもお聞きしたいと思った。

私は、ヒアリング調査を経てから、自分の中での大きな変化を読み取れた。それは、先ほど挙げたような地域づくりに関するニュースに真剣に耳を傾けるようになったことである。私はこれまで、地域づくりに携わるような仕事に就きたいなどあいまいに考えるだけで、実際に興味をもってその分野について詳しく調べたり、考察を行ったりということはしてこなかった。そのため、このヒアリング調査で実際に過疎地区に訪れたり、地域づくりに携わる方々のお話をお聞きすることができたことは、私にとってとても良い経験になったと思う。これからも、地域について興味をもって、知識を増やしていきたい。

### （他班の報告を聞いてわかったこと・考えさせられたこと）

他班の発表を聞くことで、地域の様々な分野で生じている課題について知ることができ、どの発表もとても興味深かった。また、プレゼン資料の作り方や発表の仕方も班によって異なっており、このような様々な発表方法に触れることで、良いプレゼンテーションの作り方についても考えることができた。すべての班を振り返ると、改めて私に残っている発表は、自分が将来考えている職業に関する発表に加えて、人を引き付けるようなプレゼンを行っている班であった。それは、B班とG班とH班である。それぞれB班から順に、人材育成、地場産業、老舗に関する研究テーマについての発表であった。これから、それぞれの班の私が感じた魅力について、詳しく述べる。

まず、私がB班を選んだ理由は、私が将来働きたい職場の一つである福井県庁がピアリング先に含まれていたからである。私はこれまでに大学のキャリア支援室の企画に応募して、何度も福井県庁の方々の説明を聞いたことがある。しかし、発表の名目について、私が応募した説明会は仕事内容を紹介すること、授業は課題を見つけて探求することと言ったように、大きな違いがあるために、重点的に説明する部分が異なり、今まで知らなかったことを今回の授業で知ることができた。私がB班を選んだのはこのような内容の点からのみではない。プレゼンのパワーポもまた、とてもわかりやすく作られていて、特に比較に関するスライドはとても見やすく理解しやすかった。

次に、私がG班を選んだ理由を説明する。G班の班員は全員が眼鏡をかけたままプレゼンテーションを行っていた。このように眼鏡をかけて発表したのは、研究テーマが眼鏡産業に関する事だからであった。このような少しずつの試みが人の注意を引き付けるプレゼンつくりにつながるのではないかと思う。プレゼンテーションの姿勢だけではなく、G班もまた、プレゼンのパワーポづくりに優れていた。少し、説明に間違いがあった点は残念であったが、アニメーションをうまく活用して、専門用語の定義をわかりやすく聞き手に伝えようとする試みは、評価に値すると思った。パワーポイントなどのアプリの機能を駆使してわかりやすいパワーポを作ろうと試みることもまた、よりよいプレゼンにつながっていくのではないかと感じた。

最後に、私がH班を選んだ理由について述べる。H班は、発表者の話し方がとても聞いていてわかりやすいものであった点を私は高く評価した。H班の発表者の人たちは、

ヒアリングで分かったことをただ述べるのではなく、自分たちが考える課題の解決手段や、わかりやすいたとえ話を発表の中に盛り込んでいた。ただ、ヒアリングを行っただけでなく、そこから広げて自分たちの考察にしっかりとつなげられている点が、この班はほかの班よりも極めて優れていたのではないかと思った。

大学でのプレゼン発表においては、わかったことをひたすらに述べるという小さい子でもできるような発表ではなく、自分たちがあることを学んでそこからどう考えたかを伝えるような発表を行うことが必要であると感じることができた。H班の発表者たちの発表方法をぜひ参考にしていきたいと思った。

私は今回のプレゼンの発表の間、準備していた原稿をただひたすらに読むことしか意識できなかった。しかし上に挙げた班の発表者のみならず、今回のプレゼン発表において、原稿を見ず、聞いている人の目をしっかり見たり、わかりやすい例を実際に身体を使って示したり、聞いている人の笑いをとったりして発表を行っている人がいた。私は、このように聞いている人のことをしっかり意識できている人は、プレゼン発表において、とても優れた人であると思った。

今回のプレゼン発表会を終えて、私は改めて様々な視点を持つことの大切さを学んだ。プレゼン発表における様々な視点とは、話し手の視点と聞き手の視点である。今回の授業で、私は話し手と聞き手の立場両方に立つことができた。このような様々な視点を持つことを経験することで、得たものは大きかった。これからも、今回のような貴重な機会を無駄にせず、話し手と聞き手の立場についての理解を深め、聞き手が満足できるプレゼン発表方法、または話し手が話している満足するような聞き方について研究していきたいと思う。

(以上、内田くるみのレポート)

L 班	17150019	五十嵐 茜	イガラシ アカネ
	17150043	井上 静乃	イノウエ シズノ
	17150299	杉山 栞里	スギヤマ シオリ
	17150396	橋本 涼太	ハシモト リヨウタ
	17150400	濱本 詩野	ハマモト シノ
	17150558	山崎 茉緒里	ヤマザキ マオリ
<p>「地域に居住する外国人の抱える問題とその対策について調べる」</p> <p>県内で働いている外国人やその家族が地域生活を送る中でどのような問題を抱えているのか、また行政はどのような対策を行っているのか、行政の立場と居住外国人を支援する立場の双方から調べます。</p>			
10/27 14 時	越前市企画部政策推進課 JR または福鉄武生駅徒歩 5 分 〒915-8530 越前市府中 1-13-7 0778-22-3016 畠(はたけ)広文氏		
11/1 13 時 30 分	International Club 〒910-0014 福井市幾久町 7-21 竹沢ビル 101 号 0776-23-5441 代表 山下善久		
事前準備資料	<ul style="list-style-type: none"> <li>・越前市の外国人相談窓口(PDF)ほks、外国人向け広報資料</li> <li>・福井市多文化共生推進プラン改定版(本編・資料編)2015</li> <li>・日本弁護士連合会「外国人技能実習制度の早急な廃止を求める意見書」2013</li> <li>・厚生労働省「外国人技能実習生の実習実施機関に対する監督指導、送検の状況」2015</li> <li>・「技能実習制度の見直しに関する法務省・厚生労働省合同有識者懇談会」報告書(2015)</li> <li>・新技能実習制度に関する意見(WebRONZA)</li> </ul> <p style="text-align: center;">+ 参照 HP: 越前市 &gt; 広報・報道 &gt; Português/中文/English 福井市 &gt; くらし &gt; まちづくり &gt; 国際化の推進</p>		
教員	横井・月原		



## 事前学習レポート

私たちのチームは地域に居住する外国人の抱える問題とその対策について調べるというテーマで、近年増加し続けている県内で働く外国人とその家族がどのような問題を抱えているのか、また行政はそれらに対しどのような対策を行なっているのかについて調べる。

### ①事前学習で分かったこと

事前学習の資料として『外国人技能実習生の実習実施機関に対する監督指導、送検の状況（平成27年）』、『「技能実習制度」の再考を』という2つの資料を読んだ。

まず、前者で分かったこととして、全国の労働基準監督機関において、実習実施機関に対して監督指導を実施したうちの約70%で労働基準関係法令違反が認められたということだ。約70%というとても高い比率の実習実施機関で労働基準関係法令違反が認められたという事に大変驚いた。主な違反内容としては、①労働時間によるもの（違法な時間外労働など労働時間関係）、②安全基準（安全措置が講じられていない機械を使用させていたなどの安全基準関係）、③割増賃金の支払（賃金不払産業など割増賃金の支払関係）などである。①に関しては、月100時間超の時間外労働や規定回数を超えた休日労働、深夜労働などが事例として多く挙げられる。②に関しては、無資格者に運転作業等を行なわせて技能実習生が死亡してしまうという悲惨な事例もあった。③では、残業を一時間当たり300円から500円で行わせることや、時間外労働等の割増賃金を支払っていないなどの事例が多くみられた。

このようなことを踏まえて、後者ではそのような問題に対する再考を促すものであった。そこで分かったことは、技能実習生の保護に関する受け入れ側の罰則規定は少しあるものの、送り出し側の罰則規定はないためにこのような技能実習生の不適切な労働が増えているということだ。しかし、技能実習制度は拡大され続けているし、日本のような高齢化による労働力不足に直面している国々では技能実習生の存在は欠かせないのである。このことから、技能実習制度というのは持続可能な制度なのか疑わしい。他の新しい制度やシステムを導入すべきなのではないかと思った。

また自主的に、技能実習生に問題が生じて相談する際にどうしているのかということも調べた。技能実習生の相談先としてJITCO(公共財団法人国際研修機構)があるが、実際には、技能実習生は相談する先がないまたは分かっていないことが分かった。また、

相談出来たととしてもその問題が改善される確率も低いようである。このような劣悪環境・状況での労働は早急な見直しが必要であると思った。

参考文献：JITCO ([http://www.jitco.or.jp/introduction/hogo\\_sodan.html](http://www.jitco.or.jp/introduction/hogo_sodan.html))

外国人実習生支援

([http://rodo110.cocolog-nifty.com/viet\\_nam/2015/06/post-361c.html](http://rodo110.cocolog-nifty.com/viet_nam/2015/06/post-361c.html))

さらに、ヒアリング先である越前市役所と International Club のホームページも拝見した。しかし、越前市役所のホームページからは外国人が抱える問題にどのようなものがあるかなどの情報は掲載されていなかった。また、英語・ポルトガル語・中国語で見ることができたが、外国人向けへの情報は非常に少なく、住民票や移転の際に必要な情報、ゴミ問題等の情報など必要最低限の情報は掲載されているものの、市役所ではどんなことをしているのか、何課があるのかなどの外国人向けの情報もなかったように思われる。これでは、外国人は不便だろうなと感じたので、ヒアリングでは実際どのような問題が生じているのかを聞いてみたい。

そして、私は International Club に関しては無知だったが、年齢・国籍・性別を越えた仲間づくり（多文化共生）を目指す団体であることを知った。そこでは様々な魅力のあるイベントや活動、語学教室などが開かれており、様々な国の人と交流できる場が身近にあることを知り、ヒアリングに行くのが楽しみになった。

参考文献：越前市役所(<http://www.city.echizen.lg.jp/>)

International Club (<https://international-club.org/>)

## ②ヒアリング項目案

《共通に聞くべき事項》

- ・外国人に対して思う事
- ・外国人がどのような目的で訪問するか
- ・多文化共生のために必要だと考えること
- ・抱えている問題点
- ・目指していること
- ・今後の取り組み

《越前市企画部政策推進課》

- ・外国人が多く働いていることについて思う事
- ・どのような相談が多いか（具体的に）
- ・相談数の推移について
- ・どこの国の人からの相談が多いか
- ・技能実習生からの相談はあるのか
- ・技能実習生制度に関して市で行っていることはあるのか
- ・ホームページに関する要望等はあるのか
- ・一番苦労した事例
- ・対応できない言語での相談はどうするのか
- ・職員の語学に関する講座等はあるのか
- ・外国の方々と日本人に求めること
- ・早急に解決すべき問題点

《International Club》

- ・会員数はどのくらいか（国別の会員数も）
- ・どのようにイベントを企画しているか
- ・イベントの参加者数について
- ・一番盛り上がったイベントは何か
- ・外国人から日々の生活についての相談等はあるのか
- ・英会話等の受講者数はどのくらいか
- ・一番難しいこと、困ったこと
- ・一番達成感を感じた時、やりがいを感じる時
- ・今後挑戦してみたいこと

# 公開プレゼンテーション

## 地域に居住する外国人の抱える問題とその対策について調べる

1班 五十嵐茜 井上静乃 杉山菜里  
橋本涼太 濱本詩野 山崎美緒

### 目次

- ①班テーマについて
- ②ヒアリング先の概要紹介
- ③ヒアリング先の比較分析
- ④ヒアリングを通して ～問題解決のための対策～
- ⑤まとめ

### 班テーマについて

・福井県、特に越前市で働いている外国人が多い  
→働いている外国人や家族が生活の中で抱える問題が多くある

↓

行政が行っている対策、民間団体が行政に対して行っているサポートについて調べる

### 班テーマについて

越前市に居住している日本人と外国人の割合

日本人	79,187人
外国人	3,813人
合計	83,000人

### 班テーマについて

越前市に居住する外国人の国別割合

ブラジル人	2,700人
ベトナム人	300人
中国人	280人
フィリピン人	200人
韓国人	100人
合計	3,813人

### ヒアリング先の概要紹介

#### 越前市役所

<基本情報>  
外国人市民相談窓口  
外国人対応職員 ポルトガル語3名、中国語1名

<活動内容>  
通訳・翻訳  
相談

### ヒアリング先の概要紹介

#### International Club

<基本情報>  
従業員数 2人(アメリカ人、カナダ人)

<事業>  
年齢・国籍・性別を超えた友達作り  
国際交流多文化共生活動

<活動内容>  
イベント企画  
英会話教室

<https://international-club.org/>

### ヒアリング先の比較分析

<メリット>

越前市役所	International Club
<ul style="list-style-type: none"> <li>高い信頼性</li> <li>十分な予算がある</li> <li>高い広報力(情報バック)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>自由に活動できる</li> <li>人々が気軽に参加できる</li> <li>同じ目的を共有できる</li> <li>なんでも相談できる</li> </ul>

### ヒアリング先の比較項目

<デメリット>

越前市役所	International Club
<ul style="list-style-type: none"> <li>堅苦しいイメージがある</li> <li>活動が制限される(条例等により)</li> <li>外国人が情報を得にくい</li> <li>必要最低限な相談しかできない</li> <li>広報不足(HP)</li> <li>広報が活用できていない</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>予算が少ない</li> <li>興味のある人しか参加しない</li> <li>→交流が広がりにくい</li> <li>広報力不足</li> <li>→口コミ、SNSによるものが多数</li> </ul>


### ヒアリング先の比較分析

<外国人が抱える問題>

越前市役所	International Club
<ul style="list-style-type: none"> <li>言語</li> <li>宗教</li> <li>労働</li> </ul> <p>→最近では日本の物価が高くて本国に仕送りができない</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>言語</li> <li>宗教</li> <li>労働</li> </ul>

### ヒアリング先の比較分析 <多文化共生>

越前市役所	International Club
<ul style="list-style-type: none"> <li>外国人を日本人の輪に入れる</li> <li>日本人・外国人がお互いに興味を持つ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>自分は未熟だという考えを持つ</li> <li>固定概念を捨て、常に自分が変わる</li> <li>日本人・外国人が仲間意識を持つ</li> </ul>

 →日本人と外国人がともに歩みよることが必要

### ヒアリング先の比較分析 <双方に求めること>

越前市役所	International Club
<ul style="list-style-type: none"> <li>行政にできないことを民間団体にやってほしい</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>民間団体にできないことを行政にやってほしい</li> </ul>



### ヒアリング先の比較分析 <今後の取り組み・展望>

越前市役所	International Club
<ul style="list-style-type: none"> <li>多くの必要な情報を一度に、瞬時に、的確に提供する</li> <li>SNSを活用した広報</li> <li>日本人と外国人の機運し役の強化</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>気軽に入れる空間づくり</li> <li>次世代につながるより良い関係づくり</li> </ul>



### ヒアリング先の比較分析 <双方に求めること>

越前市役所	International Club
<ul style="list-style-type: none"> <li>行政にできないことを民間団体にやってほしい</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>民間団体にできないことを行政にやってほしい</li> </ul>


↓

行政・民間団体での役割分担が必要

### ヒアリングを通して ～問題解決のための対策～

<行政が民間団体に対してできること>


- 民間団体への金銭面でのサポート
- 民間が行うイベントのサポート



### ヒアリングを通して ～問題解決のための対策～

<民間団体が行政に対してできること>


行政に相談しにくいことを民間団体が相談を受ける  
→民間団体がそのことを行政に伝えて外国人をサポートする



### ヒアリングを通して ～問題解決のための対策～


<学生にできること>

- 学生目線でのイベント企画
  - SNSを使った企画
  - 日本語教室
  - 伝統料理教室
  - 地域のおすすめスポット観光 など



### まとめ

日本人と外国人がお互いを尊重しあいながら楽しく生活できる環境づくりを目指しましょう。



Planet Friendship

お問い合わせ: 越前市役所国際交流課  
Tel. 076-422-1111 (国際課)

### （ヒアリングを通してわかったこと・考えさせられたこと）

私は、「地域に居住する外国人の抱える問題とその対策について調べる」というテーマで調査を行った。実際に、福井県内で働く外国人やその家族が地域生活をする中でどのような問題を抱えているのかを知り、また、その問題解決のために行政や民間団体はどのような対策を行なっているのかを学ぶため、越前市役所と International Club へヒアリングに行った。まず、2つのヒアリング先で得た情報を整理してみる。

まず、越前市役所でのヒアリング内容をまとめてみる。越前市役所では、日常的外国人の相談等は、外国人市民相談窓口で相談を受けているようだ。そこでは主に、外国人に日本人と同じレベルの行政サポートを提供するため、ホームページ等での翻訳事業、働き口への事業サポートを主な活動としている。また、外国人対応職員が4名いらっしや、そのうちポルトガル語に対応できる職員が3名、中国語に対応できる職員が1名いらっしやるということだった。一見して、この職員数は少ないように思われるが、繁忙期（4月・10月）は不足しているように感じられるものの十分な職員数だそうだ。

越前市役所から得たデータによると、越前市の人口は、83000人で、越前市に居住する外国人は3813人であり、外国人は全体の4.6%を占めているようだ。（2017年10月1日現在）また、その外国人内訳は、ブラジル人75%（2700人）、ベトナム人8%（300人）、中国人7.5%（280人）、韓国人2.7%（100人）だそうだ。多くの外国人が越前市にやってきている理由を伺ったところ、大半は仕事のためにやってきているようだ。越前市には、村田製作所、アイシン・エイ・ダブリュ株式会社、信越化学株式会社などがあり、工業が発展していて給料や待遇がいいことが、多くの外国人が来る理由となっているようだ。また、驚いたことに、村田製作所での1年の給料はブラジルでの10年分の給料に匹敵するということがあった。

越前市役所へ相談に来る外国人は、自分たちでマンション等に居住して生活しているブラジル人や中国人が多いとのことだった。ベトナム人は技能実習のために来ているため、社宅に住んでいることが多く、各会社・各企業で対応できているようだ。

ブラジル人や中国人、その家族が抱える問題は、教育（言語）と労働（物価）での問題が主だそうだ。教育（言語）については、ブラジル人の子どもが日本語を話せないことが学校等で問題になるということだった。越前市に労働目的でやってきているブラジ

ル人は 20 代前半が多く、ブラジル人同士が日本で結婚するため、そのような言語的問題がおこってしまうそう。その対策のために、学校に言語支援員を配置している。また労働（物価）については、近年の不況により給料が減額しているのにも関わらず、物価は高騰しているため、外国人労働者の本来の目的である本国への仕送りができていないということだった。これらの問題については、企業に情報提供をし、個人相談を多く受けるなど、企業と協力することで対策をしているそう。

また、カトリックを信仰されている方の教会はどこへ行くべきか、教会が少ないと言った相談も受けたことがあるそう。そのような問題があるのにもかかわらず、日本で働きたい、日本に住みたいという外国人は増えているそう。最近では、マンションではなく一軒家を買う外国人も増えてきてため、教育や労働といった問題だけではなく、日本人と同じような内容の相談が増えてきているそう。しかし、現在に至るまで、対応できないような相談はないうえに、職員数も十分だと感じているため、外国人対応職員の数を育成・増員することは考えていないそう。だが、教育面・通知面では十分な対応ができていないため、今後はそれらの充実を目指していくそう。

そして、多文化共生を目指すにあたって民間団体・地域の人々・学生にできることをうかがった。民間団体には、行政にできないことを行ってほしいとのことだった。また、地域の人たちには日本人の排他主義的思考を捨て、外国人を輪に入れ、日本の文化を理解してもらうことができるとのことだった。そして学生にも、学生目線での新しいことやイベント企画をすることで、外国人の抱える問題の解決につながるということだった。

越前市役所でのヒアリングを通して分かったことは、越前市役所では今のところ外国人の抱える問題は必要最低限解決できているということだ。また、今後は外国人への情報提供などの足りない部分を補っていき、今以上に外国人をサポートしていくことを目標としているということも分かった。

次に、International Club のヒアリング内容をまとめてみる。International Club は年齢、国籍、性別を越えた友達づくりを続け、出会いから信頼関係を作る会員制の任意団体である。イベント企画や英会話教室などを主な活動としている。そこには 2 人の従業員がいらっしや、アメリカ・カナダ出身だそう。

外国人から受ける相談内容をうかがってみたところ、労働に関する事が多いとのことだった。技能実習等で新しい技術を習いに来たのに、古いことを習わされて、本国に帰ってもその技術が使えないという問題や、安い賃金で長時間労働させられ、何か問題が

発生して都合が悪くなると強制送還されてしまうという問題を抱えているということだった。民間団体では、行政に相談しにくい内部的な相談を受けることが多く、その内容を行政に伝えることで問題解決を図っているようだ。

また、オープンな意見交換をし、外国人が抱える医療・教育・居住などの問題を見つめ直すことも、外国人が抱える問題の減少に有効な対策だということだった。しかし、民間団体では予算が少ないため、やりたい活動を十分に行えていないことが問題となっているようだ。実際 International Club の主な収入は、会員費（約 100 名×年間 6000 円＝60 万円）であるそうだが、そこから家賃や従業員への給料を支払わなければいけないので、維持をするのが大変だとおっしゃっていた。

そして、民間団体の立場として行政に求めることをうかがってみたところ、外国人の生活水準の向上を目指して欲しいということだった。日本人の中には、自分たちの税金を外国人のために使われることを良く思わない人もいるため、それをうまく対処することが必要なのではないかとおっしゃっていた。しかし、行政との連携は実際取りたいが難しく、民間団体の願いは聞きいれられていないように感じた。

International Club でのヒアリングを通して、越前市役所では分からなかったが、外国人は私たちが知らない労働・教育・居住などの面で多くの問題を抱えているということが分かった。その解決のために、民間団体は活動を行なっているが、予算等の問題により、思うような活動ができていないという事も分かった。

次に、2つのヒアリング先を比較してきて私が分かったことは、行政の立場からみると、情報提供や教育の面で問題があるものの、外国人が抱える必要最低限の問題は解決出来ているが、民間団体の立場からみると、外国人は生活するにあたり様々な場面で問題を抱えていて、解決できていないことが多いということである。

また、民間団体がその解決をしようとしても、予算面の現状から厳しいということも分かった。日本人に対し居住している外国人の割合は少ないため、外国人の抱える全ての問題を解決するのは難しいと考えられるが、外国人もきちんと納税し、規則や条例を守り生活しているため、日本人と同等のサービスが受けられるようにならなければいけないと考えさせられた。また、行政も民間団体もお互いにできる範囲、できない範囲というものがあると思うので、連携し、お互いの役割を明確に分担することの必要性を強く感じた。

しかし、行政と民間団体は本当に連携できていないのではないかとヒアリングを通



して感じた。なぜなら、連携が必要だと行政も民間団体も考えていたが、連携のために実際に行っていることについては双方とも言及していなかったからである。実際、私が理解できていない問題が多くあるため、連携することは難しいのかもしれないが、もし行政と民間団体の連携がうまくいけば、外国人が住みやすい環境が作れるだけでなく、今はあまり感じられない日本人と外国人の友好関係も築くことができると思う。今後の日本では少子高齢化により、外国人に様々な面、特に労働面では頼ることが絶対的に必要になって来ると思うので、行政と民間団体の早急な連携を求める。

そして私たちのグループでは、行政と民間団体がお互いにできないことを頼ってしまっているの、その頼ってしまっている部分をどう補うかについて考えた。

まず、行政が民間団体にできることは金銭面でのサポートである。先ほどから述べているように、民間団体での予算不足は深刻な問題である。少しでも、行政が民間団体に補助金を支給すれば、民間団体ができる活動は増えると思う。そして、イベントのサポートも出来ると考えた。例えば、越前市にある武生中央公園などの公共広場を無償で確保し、一緒にイベントを行う事で、民間団体のイベント活動範囲が拡大されるだけでなく、行政と民間団体が連携する機会を作ることができると思う。

一方、民間団体が行政にできることは限られているが、行政ではできない相談をより民間団体が受けていくことだと考えた。外国人が抱える行政には相談できない内部的な問題を民間団体が知り、それを行政に伝えることで、行政にその解決のために活動してもらうことができると思う。

最後に、学生ができることは学生視点での日本人と外国人の交流の場を増やすイベント企画である。例えば、SNSを使った企画、お互いの文化を知るための伝統料理教室、友好を深めながら地域の魅力を知ってもらうおすすめスポットと一緒に観光するなど様々な企画を考えることができると思う。

「地域に居住する外国人の抱える問題とその対策について調べる」というテーマで調査をしてきたが、プレゼンを終え、多くの外国人が福井県に労働のために来る理由や、行政と民間団体の連携やお互いに求めていることなどまだまだ調べられることや知識不足なところがあったと自覚することができた。今後は、この探求だけで終わらず、更に外国人が抱える問題とその対策について調べ、解決のために自分ができることを知り実際に行っていきたいと思えた。また、それらを調べることは多文化共生を考え、その心を養う上でも大切だと思うので積極的に取り組んでいきたい。

### （他班の報告を聞いてわかったこと・考えさせられたこと）

他班の報告を聞いた中で私が興味を持ったのは、C班・F班・J班である。私は、地域活性化のために行われていることやその課題、また、地域の職場環境やその課題など、地域に関することに興味があったのでこれら3班の報告についてまとめてみる。

まず**C班**は「女性活躍推進の取り組み」ということで、日本の働く女性の現状、福井県での現状と課題について発表していた。日本の働く女性の現状は、よく知られているように第一子出生後の離職率が高くなっており、女性の管理職率は先進国内で最低水準である。このような現状になってしまう背景には、性別役割分業の意識や長時間労働を前提とした労働慣行によるものがあるということが分かった。確かに、昔から「男は仕事 女は家事」と言われてきたが、それが今も女性の活躍推進を妨げていることを非常に残念に思う。

また福井における課題は、福井県の20~50代の女性就業率は80%であるのに対し、女性の管理職は11.3%と全国を下回っていること、男性の残業時間が女性の2.5倍の長さであること、20代の男性の4割が「性別役割分業」を肯定していることだということだった。1番目の課題については、福井県では共働きが多く、女性も男性に負けないよう社会の中で努力しているのに、管理職に就かせてもらえていないのは、残念だと思った。女性が管理職に就くことで、女性なりの新しい発想や方法で会社の雰囲気がよくなり、生産性が上がることもあると思うので、企業には管理職に就きたいと考える女性の教育に力を入れてほしいと思った。2番目の課題についてはC班が考えたように、残業を当たり前としない社内環境づくりが大切だと思う。今や残業は社会問題となっているので、企業も気をつけているだろうが、残業禁止の日を設けたりして対策をしてほしい。また、最後の課題については、性別役割分業の考えを持っているのは年配の方だろうと思っていたので非常に驚いた。若者がこういった考えをもっていると女性の活躍の機会が今後也得られにくいと思うので、企業ごとにそういった考えを失くす取り組みをする必要があると思った。

次に**F班**は「ネット社会の進展に対する地域マスメディアの取り組みについて」というテーマで、福井新聞社・福井放送株式会社の共通点と相違点についての報告をしていた。まず、地域に寄り添った取り組みをしている点、新聞・テレビ離れに対する取り組

みなどをしているという点が2社の共通点だそうだ。スマートフォンの普及により、若者層の新聞・テレビ離れが進んでいるのは理解できるが、高齢者層も新聞やテレビから様々な理由により離れているという事実には驚いた。その対策として、福井新聞社では子育て世代、シニア向けの記事を増やす取り組みだけでなく、NIE（教育向け）の新聞、NYB(社会人、就活生)向けの新聞があるそうだ。NIE や NYB といった新聞の存在は、F班の発表を聞くまで知らなかったもので、どのようなものなのか、是非読んでみたいと思った。一方、福井放送では街中でのインタビューやファッション特集、「ラジコ」やHPなどのインターネットにおける取り組みによって対策をしているということが分かった。

相違点としては、ネット進出度合い、ネットに対するライバル意識などの点が挙げられていた。まず、ネットの進出度合いは、福井放送の方が高いだろうと思っていたが、意外なことにD刊・新聞・グノシー・LINEなどに進出している福井新聞社の方が高かった。確かに、私もよくスマホやネット上で新聞やニュースを見るので、若者からお年寄りまでスマホを持つ今の時代では、新聞社の方が有利だなと思った。しかし、ネットに対するライバル意識は、福井新聞より福井放送の方が高いそうだ。広告や放送は目に留まりやすいので、標的やターゲット層向けに配信した時の影響を考えると、放送局の方が有利だなと思った。今後は2社ともICTの発達に適応しつつ、地域に寄り添った取り組みをしていくということなので、ネット社会の中で、どのような進化を遂げていくのか楽しみだなと思った。

最後に、J班は「まちなかの賑わいづくり」というテーマで、まちづくり福井と三国會所での賑わいづくりのための取り組みについて発表を行なった。発表を聞いて、まちづくり福井も三国會所でもまちなかの賑わいづくりを目指しているという点では同じなのにもかかわらず、その方法は異なるなと感じた。

まちづくり福井は、駅前に人を呼び込むためショッピングモールやファストフード店を建設したり、空き家を駐車場に変えたりすることに積極的だが、三国會所は歴史的景観維持のため、娯楽施設や空き家を駐車場にすることには消極的だということが分かった。双方とも空き家を活かして賑わいづくりをしようとプロジェクトを行なっているそうだが、空き家が活かされている新しい場所が身近にたくさんあるとは知らなかったもので、ぜひ行ってみたいと思った。また、そのプロジェクトには難しさもあるそうで、まちづくり福井ではテナント所有者と出店者それぞれが希望する店舗の種類が異なると

いうこと、三国會所では、空き家を改装する際に内装だけを強化していることから自然災害に弱いこと、そして、主に市民ボランティアによる活動のため国からの補助金が出づらく、実行が困難であるということだった。両者とも、問題点を抱えているものの、まちなかの賑わいづくりのために取り組んでいるので、空き家プロジェクトや様々な活動が成功して、福井駅前・三国駅前の活性化がもう一度見られたら良いなと思った。空き家プロジェクトだけでなく、他にはどのようなプロジェクトに取り組んでいるのか、また今後はどのような取り組みをしていくのか自分でも調べてみたいと思った。

以上が、私が他班の報告を聞いて分かったこと、思ったこと、そして考えたことである。今回の探求活動を通して、地域の様々な面についてさらに興味を持てただけでなく、自分が知りたいことは何なのか、自分がこれから何をすべきなのかという新しい課題を発見することができたので、今後はそれらに取り組んでいきたいと思った。

(以上、山崎茉緒里のレポート)



#### 4. 最終報告会批評（峠岡伸行福井県経営者協会専務理事）

先日の1年生の課題探求プロジェクト発表会での感想をグループ毎に述べさせていただきます。今後の学生の課題への取り組みに、何らかの参考になればと思います。

全体的に、取材先企業のまとめの発表に終始しており、これらの活動から主題に対して、県内企業や自治体においてどのような課題があるのかにまで踏み込めていないものがほとんどでした。「なぜ」という掘り下げが少なかったようです。

このあたりのアプローチ方法について、何かフロー図のようなものを準備して、それに取材した内容を当てはめていくことで、課題を見つけ出すプロセスを教えるような教材が必要なのではと感じました。

##### A班「福井の企業の海外戦略」

- ・海外展開の整理になっていて、戦略のところまでたどりついていないようです。
- ・セーレンも松浦についても、車両資材といっても具体的に何か、マニシングセンターは何を作るのにつかわれているのかなど、製品についてより詳しい説明がないと学生は理解できないでしょう。
- ・海外展開の違いは、製品の使われ方の違い、価格の違い、品質要求の違いなど、視点で整理すると、日本で作る必要があるものと海外で作った方がよいものの整理がしやすくなると思います（なぜ、海外展開するのかは、人件費だけではない部分の理解も）。
- ・海外に行くチャンスが違う→これは学生の関心であって、企業の海外戦略というテーマとは別の話。
- ・ヒアリング前後の比較を行っている点は良かったし、海外から日本へ進出する際の戦略等について関心を持った点も良かった。
- ・海外で働くには、忍耐力やコミュニケーション力が大事という点に気付いたところは良かったし、仕事以外に得るものがあるというのも大事な点です。
- ・学生の質問で、「海外に飛ばされる」という発言があったのは、どのような意味で使ったのかは確認しておく必要があります（企業の方との話で使うとマイナスイメージになります）。

## **B班「企業・自治体の人材育成」**

- ・福井鋳螺の紹介は非常に詳しく、分かり易くて良かった。
- ・採用、教育、評価・昇進とそれぞれを比較してみた視点は良いと思います。
- ・しかし、そこから人材育成の課題に話が進んでいかないというというのはなぜでしょうか。
- ・例えば、企業や自治体が求める人材像などを明らかにし、そこから大学で学ぶべきことを導き出すことも可能でしょうし、人材育成の中での効果などを聴き取りその中でなぜ期待通りにならないかをさらに調べることも可能かも知れません。
- ・そのあたりの気づきがなかったように思います。
- ・公務員志向が高い学生が多い中で、公務員は安定じゃないといったことは評価しますが、人事評価制度だけでなく、外部環境も含めて分析すると良かったと思います。

## **C班「女性活躍推進の取り組み」**

- ・日本の現状紹介の中で、全体的な労働環境変化から女性に働き方の変化に話題を進めていった方が分かり易い。
- ・福井における課題を3点に絞ったところは良いが、なぜそうなっているのかについての考察がもっと欲しかった。
- ・そうすると解決策として提案されたことが、効果があるのかどうか理解しやすくなる。
- ・参加メンバーが一人ずつ考察を述べた点は良いと思います。
- ・ただ、働く女性の意識などのデータ（管理職になりたい人だけではない点）もあると、より分かり易くなると思います。
- ・学生が考える「女性活躍」の姿をまず明らかにしておく、それとのギャップが表現しやすくなるし、課題も見つけやすくなるのではないのでしょうか。

## **D班「大型小売店の経営戦略」**

- ・エルパとゲンキーの経営についていろいろな視点で整理をしたところは良いが、課題にはたどりつけていない。
- ・今後の見通しでも、なぜそのような対策をとっているのかをもっと掘り下げていく必要がある。
- ・考察でも提案するとしたら、もうすこし広げて、人口変化、消費行動の変化などを踏まえた、今後の対策を具体的に示さなくてはならない。

- ・発表時間を守ることは絶対条件（これは他人の時間を奪うことになる）。

#### **E班「ICTを用いた事業展開」**

- ・オールコネクトさんとエクシートさんのICT活用の事例ではあるが、相違点を比較する対象ではないことにも気づいたはずで、その表現の仕方は工夫が必要でした。
- ・ICTとは何か（プロセスの効率化？）、そのメリットは何か、をまず示し、その上で活用していくにはたぶん「人」が課題になるのではないかなど想定して、ヒアリングをしていくと、もっと課題に迫れる調査ができたのではないかと感じます。

#### **F班「ネット社会と地域マスメディア」**

- ・福井新聞と福井放送の取材は良くできていたと思いますが、それぞれのビジネスモデルにも触れていく必要があります。
- ・本来的な課題は、新聞は広告と購読料で成り立っているし、放送は広告のみで成り立っている点を理解できると、ネット社会になることでの課題が整理しやすくなるはずですが、その視点が持てなかったのは残念です（これはビジネス視点の授業が足りないのかもしれませんが）。
- ・新聞の購読者減少やテレビの視聴率減少という社会背景についての理解をどう進めたらよいのかと考えるとビジネスや社会変化を考える授業等が必要でしょう。
- ・考察の中で、地域密着や愛着の創出と学生は書いていますが、本当に学生はそれをメディアに望んでいるのかも、本音で語るべきではないでしょうか。

#### **G班「地場産業の現状と課題」**

- ・OEMやライセンス契約の説明資料は、学生にも分かり易いものとなっていました。
- ・シャルマンと福井めがねさんという眼鏡に絞って取材し、比較したので、理解しやすい内容にはなったと思いますが、大きなテーマの地場産業にまで広げられていない点はちょっと残念です。
- ・考察で、医療ドラマで使用という提案ですが、D o c t o r Xでシャルマンの医療器具は使われていますし、MURAIさんや金子眼鏡さんの商品は、テレビドラマでも使われ、番組最後のテロップに流れていますが、学生はそこまで見ていないでしょう。
- ・ということは、他のPR方法も大事ということです。
- ・実際に、大手眼鏡チェーンでもメイドイン鯖江のキャンペーンを張っていたり、雑



誌などでも職人の手作り眼鏡を取り上げる内容のものも増えています。

- ・結論の中で、中国製品との対抗、他分野展開などの提案がありましたが、これを地場産業や伝統産業に広げた海外展開の視点もあってよいと感じます。

#### **H班「伝統食品産業の販売戦略」**

- ・製品づくりのフローや海外展開などの紹介は非常に分かり易い。
- ・課題のところ、3点あげられていたが、そのデータなどの紹介があると理解しやすいのではないか。
- ・また、販売戦略面での課題はあまり説明されていないので、その掘り下げが必要でした。
- ・是非、コラボ商品などを考えて、福井大学の食堂で使われるための方法や、若者が発酵食品をどうしたら身近に食するようになるかも今後提案していただければと思います。
- ・室次さんのハラル対応は、福井大学の留学生にも必要なこと（食堂で販売しても）ですし、今後の海外展開にも不可欠な取り組みだと思います。

#### **I班「農産物の地産地消」**

- ・まず、直売所とは何かを学生に知っていただきたい。
- ・基本的に、JAに出荷した残り（アウトレット）を農家自身が出荷する場で、直売所自身は15%の手数料でも赤字の状態と聞いています。
- ・消費者とのつながりは直売所にはあるが、農家は納品しかしないので、つながりができていないのではないか。
- ・農産物を高く買ってくれる県外に出荷して、農家の収入が増えることが農家にとってもJAにとってもビジネスとして大事なこと。
- ・その上で、直売所がなぜ求められるのか、意味をしっかりと受け止めるべき。
- ・若い世代やファミリー層の利用者が少ない理由を考えよう。
- ・地産地消は、加工段階やレストランでも必要な取り組みですが、実際には地元産にこだわると価格が高くなるというデメリットも含めて、テーマを考えて欲しい。

#### **J班「まちなかの賑わいづくり」**

- ・まず、「賑わい」とは何かを定義しないと、解決に向けた方向性は見つけられないのでは。
- ・まちづくり福井と三国会所がそれぞれ違った目的で活動している点を整理した方が、

比較しやすくなるのではないのでしょうか。

- ・それぞれの課題をヒアリングでまとめたところは良いと思いますが、学生の皆さんが、それぞれの活動に感じた課題、賑わいづくり全体に感じた課題も示せると良かったと思います。
- ・賑わいの定義がしっかりできていないので、対応策等が中途半端になっているのではないか。

#### **K班「過疎地区の実態と地域づくり」**

- ・過疎の実態は数字でもっと示せるのではないか、またその要因についても仮説でよいので考えてみて欲しい。
- ・地域おこし協力隊は国の施策なのですが、なぜ自治体独自でこのようなことができなかったのかも考えてみて欲しい
- ・地域づくり活動の方向性が、将来の若手の移住促進なのか、これ以上の人口流出防止なのか、また観光のような交流人口増によるビジネス増を通じた滞在人口増なのか、などその目的や手段についても考察していくと、過疎問題の本質が見えてくるのではないのでしょうか。

#### **L班「居住外国人の問題と対策」**

- ・越前市とインターナショナルクラブを比較してみるものなのではないでしょうか。
- ・越前市に日系ブラジル人が多い理由は木村先生からも発言がありましたが、なぜそうなったのかも考える必要があります。
- ・日系ブラジル人が抱える問題を、言語、宗教、労賃と整理できたのですから、その原因についても考察を深めるべきではないのでしょうか。
- ・なぜ彼らは日本語を話せないのか、日本語教育の不足であれば自治体に対策を提言することも必要ですし、外国人自身が努力すべきことも整理して提案することがあって良いとおもいます。

## 5. 成績評価の方法

成績評価については、いわゆるルーブリック評価（学習到達度を示す評価基準について観点と尺度から成る表を作成して評価する手法）は採用していない。今回用いたものは、①外部評価、②成果物評価、③教員による観察評価を複合したものである。

①外部評価は、ヒアリング先に依頼したものである。ヒアリング先には、事前にヒアリングに来た学生個人について、簡単な区分で評価しその結果を郵送していただくことをお願いした。評価シートは以下のようなものであり、訪問学生の名簿と共に郵送した。

<p>下記は評価表になっております。ヒアリングの際に、<u>とくに優れていると感じた学生</u>、または<u>問題があると感じた学生</u>がおりましたら、お手数をおかけして申し訳ありませんがご記入いただき、ヒアリングの1週間後をめどに当方まで同封の封筒で郵送願います。とくになければ空欄のまま構いませんので宜しくお願い致します。いただいた評価は、最終の成績評価の一部として利用させていただきます。</p>			
		評価	コメント
加納 優	カノウ ユウ		
後藤 なな	ゴトウ ナナ		
藤原 章吾	フジハラ ショウゴ		
松岡 ななみ	マツオカ ナナミ		
渡邊 愛弥	ワタナベ マナミ		
<p>（とくに優れていた：○、問題を感じた：× を評価欄にご記入ください）</p> <p>その他、ご感想等お気付きのことがございましたら裏面の枠内にご記入願います。</p>			

お忙しい中、多くのヒアリング先のご協力をいただいた。上記のようにヒアリング先の側では他との比較基準のない主観的な評価であり、全員が「とくに優れていた」とされた所もあれば、全員「空欄」の所もあった。ただ、訪問学生の中で、目を引いた学生とほとんど質問をしない学生といった相対的な違いが印象的に感じられた所の評価は、評価の一要素として利用できると考え、この評価表は、成績評価の際に個人の加点・減点の要素として用いた。

②成果物評価は、プレゼンテーションの際のチームとしての出来栄の評価、および提出された事前学習レポートと最終レポートの評価である。プレゼンテーションの評価は、教員および学外の方に評価シートを渡し、○（良い）、空欄（まあまあ）、▲（ちょっと難あり）という評価を記入してもらった。

評価項目は、内容（相手先や課題の内容を的確に伝えているか、掘り下げた考察の焦点が的確か、展望や見解が的確か）、発表の仕方（聴衆に伝わるような発表だったか、時間配分は適当だったか）の5つで、コメントがあれば書き込めるようにした。結果の集計は以下のとおりである。

プレゼン評価結果(評価者8名)

	内容			発表の仕方		コメント(あれば)
	相手先や課題の内容を的確に伝えているか	掘り下げた考察の焦点が的確か	展望や見解が的確か	聴衆に伝わるような発表だったか	時間配分は適当だったか	
A	○3 ▲1	▲2		○2	○5	違いの理由の掘り下げが足りない、戦略面での掘り下げも ・テーマに対する解、および考察が弱い ・ヒアリング前のイメージを伝えたのがおもしろい
B	○6	○4 ▲1	○2 ▲1	○6	○1 ▲1	・人材育成についての掘り下げがない ・良い
C	○4	○2 ▲1	○5	○5	○1 ▲3	・発表者(男)良い。受け答えは良い。 ・個々人の意見を述べたのは良い。女性側の意識は海外との違いの原因も調べられたらよかった
D	○2	○2 ▲1	▲1	○2 ▲4	○1 ▲3	・掘り下げ× ・展望がツイッターのフォロワーを増やすだけというのは ・戦略の掘り下げまで行ってほしい ・議論が少しバラバラで収斂せず
E	○4	○2 ▲1	○4	○3	▲3	・テーマからずれているか ・客との信頼関係を構築するという視点は良い ・IoTのメリットをヒアリングから感じ取ったことでも伝えるべき、課題はまだまだあるのではないか
F	○6	○4		○2 ▲1	▲2	・テーマからずれているか ・発表者(男)は良かった ・2者の比較の視点がよい ・学生目線での課題提案があっても良いのでは。ネットが既存メディアにどう影響を及ぼすのかについても考察が必要
G	○3	○5	○1	○6	○6	・聞きやすい ・2社のヒアリングはよくできているが業界全体の課題について掘り下げが少ない ・良い ・メガネパフォーマンスが学生らしく良かった ・スライド、写真、図など分かりやすい
H	○4	○5	○4	○4	▲2	・提案はそこまでか ・課題がまとめられているが戦略という視点ではどうか ・良い
I	○2	○2	○2	○5	○2 ▲1	・分析まあまあ ・地産地消の関係者それぞれにとっての課題の整理があってもよいのでは ・考察が弱い
J	○7	○5		○4	▲3	・調査はしっかりしてる ・両者の比較が上手、スライドが見やすい ・まず自分たちが考える賑わいの定義、それと現在のギャップから自分たちが感じる課題を示してはどうか
K	○4	○1 ▲1	○1	○4	▲1	・受け答えは良い ・考察が抽象的 ・過疎の原因の掘り下げが足りない。地域づくり活動の目的と地域おこし協力隊の活動とのミスマッチはないのか
L	○4	○2 ▲1	▲1	○2 ▲1	○1 ▲1	・普通。パワポは手間かける ・外国人側の生活の課題の掘り下げが足りない ・展望が抽象的 ・せっかくヒアリングで聞けた問題があるのにその解決に向けた課題を掘り下げないのか

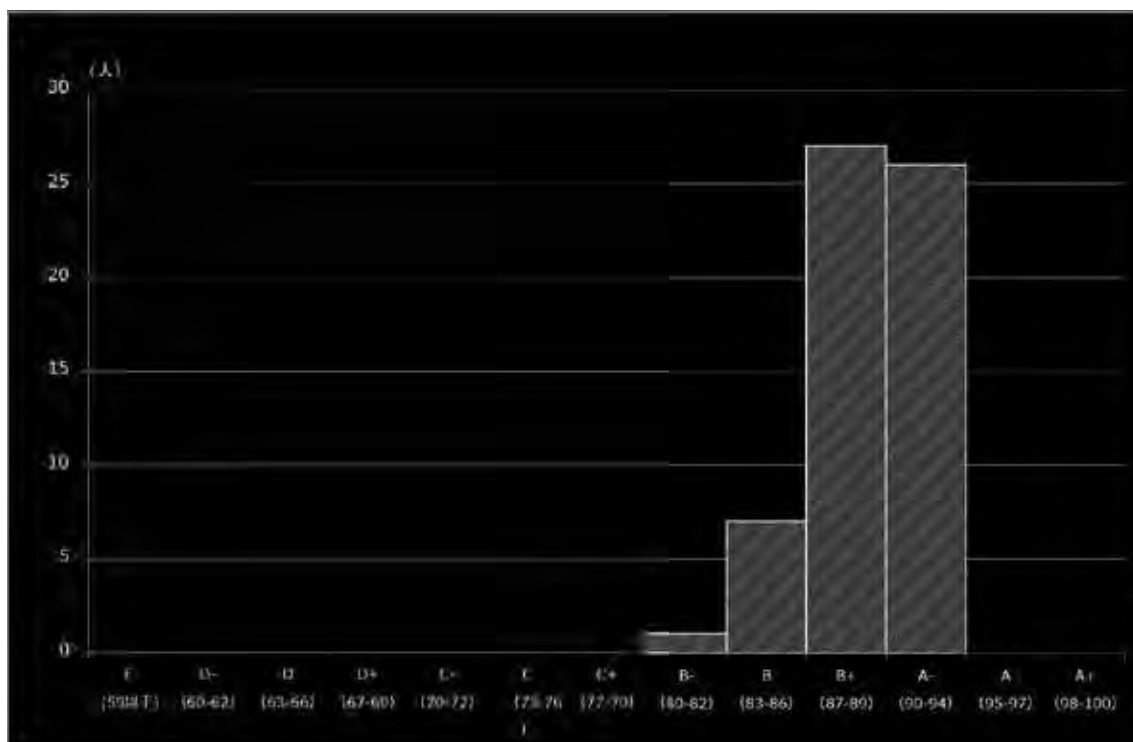
○:良い 空欄:まあまあ ▲ちょっと難あり 評価者( ) 積極的な質問者:A君、B君、C君、Dさん

また、事前学習とヒアリング項目案、および最終レポートの2種類のレポートについて、各班の担当教員それぞれ2名に読んでもらい、A・B・Cの3段階で評価をつけた。

これらの評価は、プレゼンについては班全体の素点を考える際に参考にし、レポートについては個人の加点・減点の要素として用いた。

③教員による観察評価は、グループワークの際にとくに貢献していた学生と反対に消極的であった学生を洗い出すもので、個人の加点・減点の要素として用いた。

成績評価の分布は以下のとおりである。



## 6. 授業終了後の学生アンケート結果

最終回の授業終了後、学生に対して以下のようなアンケートを実施した。

\*\*\*\*\*

### 地域課題プロジェクト基礎 A 授業アンケート

この授業では、学生自ら地域の課題を探求することを目的としています。そこで、今後の授業への参考のために、アンケートへのご協力をお願いします。以下の設問について、該当するものに○をつけて下さい。

#### 1 企業・団体の事前調査をつうじて

##### 1-1

その企業・団体の課題を知ることができましたか。

1. できなかった
2. あまりできなかった
3. ある程度知ることができた
4. よく知ることができた。
5. それ以外

(理由 )

##### 1-2

福井の地域社会や産業・企業の課題を知ることができましたか。

1. できなかった
2. あまりできなかった
3. ある程度知ることができた
4. よく知ることができた。
5. それ以外

(理由 )

## 2 企業・団体へ訪問することによって

### 2-1

その企業・団体の課題をより詳しく知ることができましたか。

1. できなかった
2. あまりできなかった
3. ある程度知ることができた
4. よく知ることができた。
5. それ以外

(理由

)

### 2-2

福井の地域社会や産業・企業の課題を知ることができましたか。

1. できなかった
2. あまりできなかった
3. ある程度知ることができた
4. よく知ることができた。
5. それ以外

(理由

)

## 3 報告会等の他班の報告を聞いて

### 3-1

その企業・団体の課題を知ることができましたか。

1. できなかった
2. あまりできなかった
3. ある程度知ることができた
4. よく知ることができた。
5. それ以外

(理由 )

### 3-2

福井の地域社会や産業・企業の課題を知ることができましたか。

1. できなかった
2. あまりできなかった
3. ある程度知ることができた
4. よく知ることができた。
5. それ以外

(理由 )

## 4 この授業を通じて

### 4-1

以下の力が身についたと思いますか。

- |   |          |   |             |   |           |
|---|----------|---|-------------|---|-----------|
| 1 | 身につかなかった | 2 | あまり身につかなかった | 3 | ある程度身についた |
| 4 | かなり身についた | 5 | わからない       |   |           |

#### ①前に踏み出す力

プレゼンテーション能力	1	2	3	4	5
リーダーシップ	1	2	3	4	5

#### ②考え抜く力

情報を収集する能力	1	2	3	4	5
情報を分析する能力	1	2	3	4	5

#### ③チームで働く力

コミュニケーション能力	1	2	3	4	5
-------------	---	---	---	---	---

#### ④社会人基礎力以外の資質

民主的に合意形成できる資質	1	2	3	4	5
---------------	---	---	---	---	---



#### 4-2

福井の企業や団体、地域社会や産業・企業にこれまで以上に興味をもつことができましたか。

1. できなかった
2. あまりできなかった
3. ある程度興味をもつことができた
4. かなり興味をもつことができた。
5. それ以外

(理由

)

#### 5 今後について

##### 5-1

今回調査した企業・団体をさらに調査してみたいと思う。

1. 思わない
2. あまり思わない
3. ある程度、やってみたいと思う
4. かなりやってみたいと思う。
5. それ以外

(理由

)

##### 5-2

さらに他の企業・団体も調査してみたいと思う。

1. 思わない
2. あまり思わない
3. ある程度、やってみたいと思う
4. かなりやってみたいと思う。
5. それ以外

(理由

)

5-3

国際地域学部では、地域を知るために、県内企業へのインターンシップを推奨しています。そこで、ミニインターンシップ等への参加について

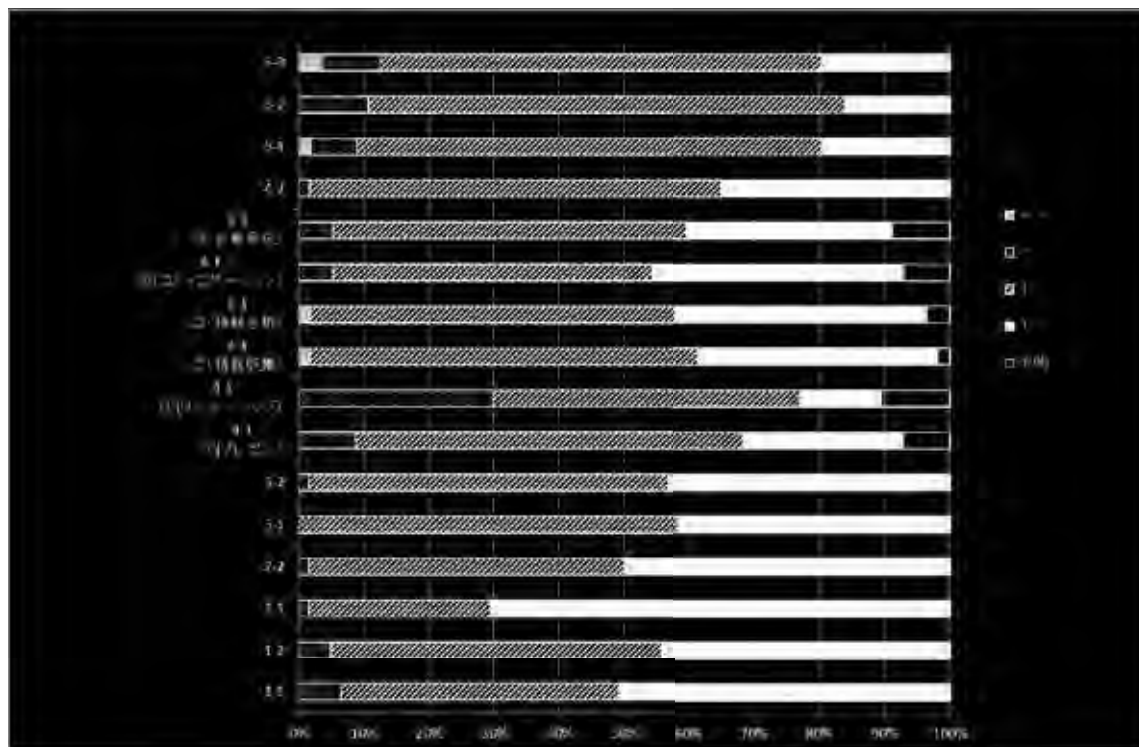
1. 参加したいと思わない
2. 参加したいとあまり思わない
3. ある程度、参加したいと思う
4. 参加したいと思う。
5. それ以外

(理由 )

以上、ご回答ありがとうございました。

\*\*\*\*\*

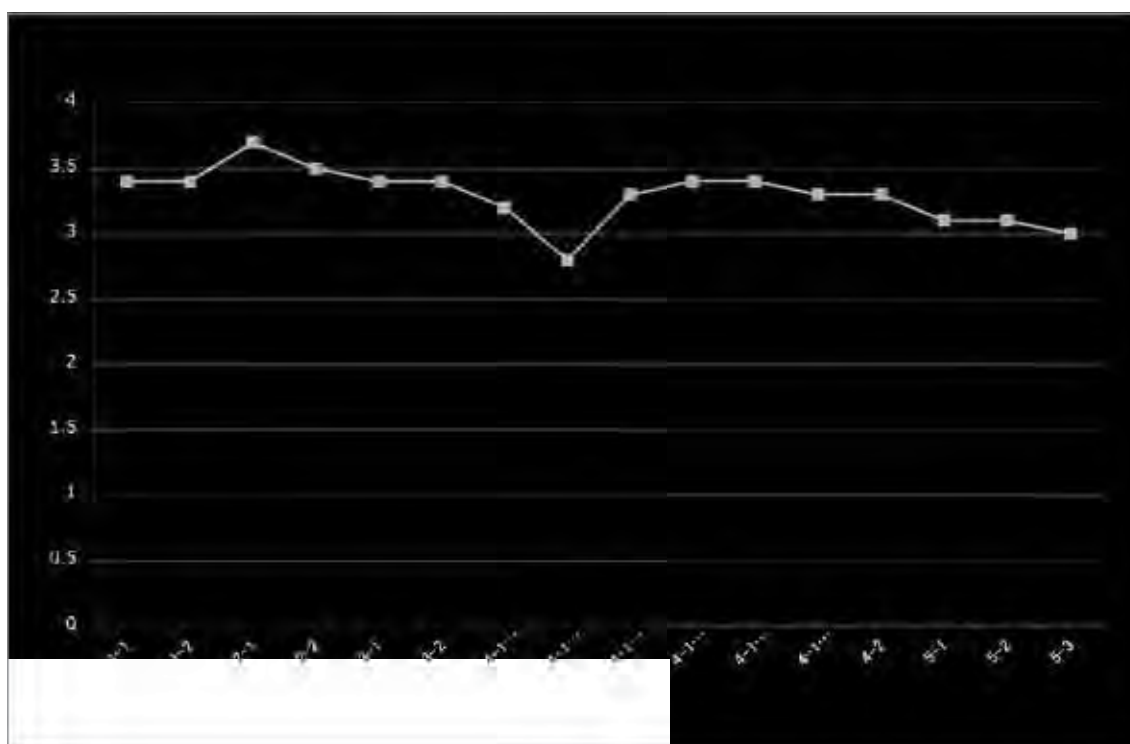
(各項目の回答分布 (%))



回答のうち、肯定的な回答の比率は、下表のとおりである。

1-1	1-2	2-1	2-2	3-1	3-2
93.4%	95.1%	98.4%	98.3%	100%	98.3%
4-1 ①(プレゼン)	4-1① (リーダーシップ)	4-1 ②(情報収集)	4-2 ②(情報分析)	4-1 ③(コミュニケーション)	4-1 ④(合意形成)
84.20%	59.60%	96.50%	94.70%	87.70%	86.00%
4-2	5-1	5-2	5-3		
98.20%	91.10%	89.30%	87.50%		

また、——＝1点、—＝2点、＋＝3点、＋＋＝4点として、各質問項目の平均スコアを示すと、次のような図になる。



みられるように、多くの質問項目で大多数が肯定的な回答を行っている。中で低かったのは、リーダーシップを発揮する能力が身についたか、という質問項目であった。これに関しては、そもそも、リーダーシップとは何かということが授業の中で定義されていなかったこと、グループワークそのものが、チームワークや合意形成のプロセスを強調するものであり、個々のリーダーシップの発揮についてこの授業だけでは十分担保できないと思われることから、学生にとってはリーダーシップが身につく授業であったかどうか判断に悩んだのだと考えられる。

以下は、質問の各項目に寄せられたコメント（カッコ内の数字はコメントをした学生の評点）である。

#### 1-1

様々な質問をすることが出来、多角的に知ることが出来たから。(4)  
企業の取組について詳しく知ることが出来たから。(4)  
しっかりヒアリングすることが出来たので。(4)  
それぞれの事業内容が分かった。(3)  
ICTなどあまり聞きなじみのない内容で難しかったから。(2)  
内容が難しいところがあった。(3)  
なんとなくでしかわからないような事業を扱う企業で、想像が付き難かったから。(2)  
学生からの要望が叶えられない理由も納得いくまで知ることが出来た。(4)

#### 1-2

企業が積極的に教えてくれたから。(4)  
メリット・デメリット問わずヒアリングすることが出来たから。(3)  
ICTなど専門用語を調べるだけで手一杯だったから。(2)  
その事業と地域社会とのつながりが見出しづらかったから。(2)  
福井県が自動車社会であると言われる理由があくまで憶測であって、他にもしっかりと理由があるだろうが、自分で考えることが出来たから。(4)

#### 2-1

ヒアリング後の話し合いで考えを深めることができたから。(4)  
何をされている会社なのかひとまず理解することはできた。(3)  
テーマがふわふわすぎたので全体把握くらいにとどまってしまったと思う。(2)  
事業内容を詳しく聞いて概要がわかったと共に、課題についても納得いく説明を受けられたため。(4)  
民間団体だから、お金がなかったり、そうした状況をその場で感じる事が出来た。(3)

#### 2-2

福井の企業の強み、特徴を他のヒアリングも含め理解できたから。(4)  
ICT業界は競争率が高く、流れが激しいというのは予想ができたので。(4)  
課題の説明の延長で知ることが出来たから。(3)  
他にもいろんな福井あるいはそれと共通した他府県の問題があるだろうから。(3)

#### 3-1

福井の事を多くの点から知ることが出来たから。(4)  
課題をどの班も丁寧に調べられていて解決策も提案されていてわかりやすかったから。(4)  
プレゼンが上手く纏められており、様々な工夫も凝らされていたため。(4)  
どれも詳しくまとめられている。(3)

#### 3-2

福井の事を伝統・地場産業、国際面といった多くの視点から考えることが出来たから。(4)  
分野が幅広いので「福井の～」と考えると難しいが、いくつか共通していく点も多かったように感じたから。(3)  
福井らしい課題と結び付けられており、わかりやすかったから。(4)  
実際に行かないとわからない。(2)

#### 4-2

福井の良さも課題もわかったから。(3)  
福井にもおもしろい活動をしている視野の広い企業がたくさんあることが分かったから。(4)  
様々な企業(伝統的なものが多い)が思っていた以上にあり、よく知りたいと思ったから。(4)  
要求に応える難しさを知った。(4)

**5-1**

国際化などにしぼって調べてみたい。(3)

もっと違う分野の人がICT導入をどのようにされているのか調べるのも面白そうだったから。(3)

最近のトレンドの企業なので、これからの展望が期待できそうな気がしたから。(4)

**5-2**

企業の地域・国際に目を向けた取組について知りたい。(3)

地域創生を考える際に、幅広い分野から物事を考えることが大事だったから。(3)

自分の将来の展望を広めておきたいから。(4)

**5-3**

自分の目で福井の現状について知りたいから。(3)

学校の海外研修とかぶっている。(3)

他大学の人と一緒に考えることもできそうだから。(3)

インターンシップについてあまり知らない。(2)

折角いろんな企業のことを知れたので、もっと深く知るために参加したいと思ったから。(3)

ICT 関連事業については、企業の事業展開のメインストリームであるため、教員側はぜひにと思って加えたテーマであったが、学生があまり理系的な知識を持ち合わせていないことと共に、2つの企業の事業がかなり異なるものであったこともあり、これに取り組んだ学生はかなり苦労していたのは、授業中からわかっていた。他の班の学生も、ほとんどこの班の発表についてはレポートで言及しておらず、全体にわかりにくいテーマであったことは反省している。どのように ICT の問題をこの授業に取り入れていくかは今後の重要な課題である。

## おわりに

以上で、2017 年度に国際地域学部の 1 年生向けに実施した「課題探求プロジェクト（基礎A）」の報告を終えます。

今回、授業の準備から実施のプロセス、成績評価の方法、学生アンケートの結果など、授業の全体にわたって詳細に報告したのは、こうした典型的なアクティブ・ラーニング型かつ学外と連携する授業について、その内容や教員側の動き、学生の動き、教育的配慮のあり方等を外部にもわかるようにして欲しい、という要求が学内外からあったからです。同時に私たちとしても、自分たちがどうやって授業を作り上げてきたかを振り返り、何が改善すべき点かを確認する必要がある、こうした授業全体のプロセスを詳細に示した報告書を一度は作成すべきだと考えました。

大変長い報告書ですので、仔細にお読みいただけたかどうか、いささか心配ですが、お気づきになられた点、また疑問に思った点などございましたら、遠慮なく私どもにお伝えください。

なお、もう一言申し添えれば、この「課題探求プロジェクト（基礎A）」を担当、運営する教員は、2017 年度は同時に 2 年次の「課題探求プロジェクト I・II」の運営も担当しました。そこでは、個別の連携先での短期のインターンシップを含む、継続的な連携先でのヒアリングとチームの学生毎に異なる学問的指導を行い、やはり WebClass を用いて授業の進行管理と報告書作成の指導を行いました。さらに、来年度はこれらに加えて 3 年次の「課題探求プロジェクト III」において、学生の連携先への提案や関連する調査等を指導することになります。そういう意味では、いわゆる専門分野における授業以外に各教員が、かなり守備範囲を広げつつ、学外との交渉も行いながら、相当の負担を前提に授業に取り組むことになります。

この報告書を読んで、こうした授業に取り組んでみようとされる場合には、学外の企業や自治体等のご厚意とともに、どうしても多くの教員の自己犠牲的な協力が必要になります。それに対してこのような授業による学生の成長は当初は大きいですが、一般的には限界生産性が逡減するようです。その点は十分ご理解いただいてそれぞれの分野でご尽力くださることを願っています。

課題探求プロジェクト（基礎 A）2017 年 10～11 月 実施プロセス報告

2017 年 3 月 20 日発行

福井大学国際地域学部

〒910-8507 福井県福井市文京 3-9-1

Tel : 0776-27-9936 (国際地域学部支援室・直通)

Mail : s-gcssien@ad.u-fukui.ac.jp

この冊子は地（知）の拠点大学による地方創生推進事業（COC+）の支援により制作しました。